



UNIVERSIDAD DE LA RIOJA

TRABAJO FIN DE ESTUDIOS

Título

Análisis exterior del mercado del vino con DOCa Rioja

Autor/es

MARTA IBÁÑEZ AZCONA

Director/es

MARÍA JESÚS DE TORRE RESA

Facultad

Facultad de Ciencias Empresariales

Titulación

Grado en Administración y Dirección de Empresas

Departamento

ECONOMÍA Y EMPRESA

Curso académico

2017-18



Análisis exterior del mercado del vino con DOCa Rioja, de MARTA IBÁÑEZ
AZCONA

(publicada por la Universidad de La Rioja) se difunde bajo una Licencia Creative Commons Reconocimiento-NoComercial-SinObraDerivada 3.0 Unported. Permisos que vayan más allá de lo cubierto por esta licencia pueden solicitarse a los titulares del copyright.



FACULTAD DE CIENCIAS EMPRESARIALES

TRABAJO FIN DE GRADO

GRADO EN ADMINISTRACIÓN Y DIRECCIÓN DE EMPRESAS

**Análisis exterior del mercado del vino con DOCa
Rioja**

Export market analysis of DOCa Rioja wine

Autor: D^a. Marta Ibáñez Azcona

Tutor: Prof. D^a. María Jesús De Torre Resa

CURSO ACADÉMICO 2017-2018

ÍNDICE

RESUMEN/ABSTRACT	7
1. INTRODUCCIÓN.....	5
2. ANÁLISIS EXTERIOR DEL MERCADO MUNDIAL DEL VINO.....	7
3. ANÁLISIS EXTERIOR DEL MERCADO ESPAÑOL DEL VINO.....	11
4. MERCADO DEL VINO CON DOCa RIOJA	15
4.1 Definición de DOCa y condicionantes institucionales en el mercado.....	15
4.2 Análisis del mercado exterior con DOCa Rioja.	18
5. ANÁLISIS DE LA COMPETENCIA.....	27
5.1 Características generales de los principales competidores del vino Rioja	27
5.2 Importaciones de vino realizadas por Reino Unido.....	35
5.3 Importaciones de vino realizadas por Alemania.....	36
5.4 Importaciones de vino realizadas por Estados Unidos	37
5.5 Importaciones de vino realizadas por Suiza	37
5.6 Cuota del vino con DOCa Rioja en los 12 principales mercados.....	38
6. CONCLUSIONES.....	40
7. BIBLIOGRAFÍA.....	42
8. ANEXOS.....	45

GRÁFICOS

GRÁFICO 1. Evolución del consumo de vino mundial (mill. L.)	7
GRÁFICO 2. Principales países exportadores de vino (mostos excluidos) en 2016 en volumen (mill. L.).....	9
GRÁFICO 3. Principales países exportadores de vino (mostos excluidos) en 2016 en valor (mill. €).....	9
GRÁFICO 4. Principales países importadores de vino (mostos excluidos) en 2016 en volumen (mill. L.).....	10

GRÁFICO 5. Principales países importadores de vino (mostos excluidos) en 2016 en volumen (mill. €).....	10
GRÁFICO 6. Evolución de las exportaciones de vino en recipientes con capacidad inferior a 2L. en La Rioja (millones de €).	12
GRÁFICO 7. Evolución de la proporción de La Rioja sobre el total de exportaciones de vino en recipientes con capacidad inferior a 2 L (en %).	13
GRÁFICO 8. Evolución de las ventas y de la producción de vino con DOCa Rioja entre 1979 y 2016 en millones de litros.....	18
GRÁFICO 9. Índice de competitividad Nacional del vino Rioja (diciembre 2010 – septiembre 2016).	19
GRÁFICO 10. Estructura de las ventas por tipo de mercado (2000-2016).....	19
GRÁFICO 11. Evolución de la variación de ventas en el mercado interior y exterior (2000-2016).	20
GRÁFICO 12. Evolución de las ventas en el mercado exterior por tipo de vino (mill. L.)	21
GRÁFICO 13: Distribución de las ventas en el mercado exterior por tipos de vino EN 2016	21
GRÁFICO 14. Precio medio de exportación vino DOCa Rioja en 2016 (en €/l)	22
GRÁFICO 15. Precio medio de los vinos exportados por tipología en 2016 (€/l).....	23
GRÁFICO 16. Evolución de los precios medios de vinos por tipología en 2016 (en €/l)	24
GRÁFICO 17. Distribución de las ventas de vino DOCa Rioja en el exterior en 2016.	25
GRÁFICO 18. Evolución de las ventas de vino DOCa Rioja en el exterior (2000 – 2016) (mill. l.).....	26
GRÁFICO 19. Reparto de ventas en los 12 principales mercados del DOCa Rioja en 2016 (en valor)	33
GRÁFICO 20. Reparto de ventas en los 12 principales mercados del DOCa Rioja en 2016 (en volumen).....	33
GRÁFICO 21. Precio medio del vino DOCa Rioja exportado en €/l	33
GRÁFICO 22. Variación en volumen y en valor de las exportaciones de DOCa Rioja	34

GRÁFICO 23. Proporción exportada a Reino Unido, Alemania, Estados Unidos y Suiza sobre el total de exportaciones realizadas a los 12 principales mercados del Rioja.....	34
GRÁFICO 24. Cuota de mercado del vino DOCa Rioja en valor en 2016.....	348
GRÁFICO 25. Cuota de mercado del vino DOCa Rioja en volumen en 2016.	348

CUADROS

CUADRO 1. Exportaciones de vino en recipientes con capacidad inferior a 2 l. en 2017 (miles de €).....	12
CUADRO 2. Exportaciones de vino en recipientes con capacidad superior a 2L. en 2017 (en miles de €)	13
CUADRO 3. Exportaciones a los 12 principales mercados del vino DOCa Rioja en 2016	31

MAPAS

MAPA 1. Principales destinos de las exportaciones con DOCa Rioja en 2016.....	25
-------------------------------------------------------------------------------	----

RESUMEN

El incipiente proceso de globalización ha ocasionado que el análisis de la competencia resulte esencial para la elaboración de estrategias tanto de una empresa como de cualquier otro tipo de entidad. Esto, unido a la innegable importancia del vino en la Comunidad Autónoma de La Rioja, ha determinado que el fin principal de este trabajo sea la realización de un análisis completo y exhaustivo del entorno competitivo exterior del vino con DOCa Rioja. En un primer lugar, se elabora un análisis mundial del mercado del vino. En este apartado se contextualiza el panorama internacional, y se identifican los principales países importadores y exportadores de vino. El siguiente paso, consiste en realizar un análisis nacional en el que se tendrán en cuenta las principales comunidades exportadoras. Finalmente, el trabajo se centra en la DOCa Rioja, analizándose la evolución de los precios, el consumo y la producción del vino con esta denominación durante el siglo XXI. Asimismo, se realiza un estudio distinguiendo los principales competidores del Rioja en función del precio, del valor, de la cantidad exportada y de los principales destinos de exportación. Muchos presumimos en el extranjero de proceder de la cuna del Rioja pero ¿cuánto sabes sobre él?

ABSTRACT

The analysis of the competition is a core issue in order to develop a strategy plan for a company as well as any type of entity. This, along with the fact that wine is an unequivocally key factor for the Autonomous Region of La Rioja, has shaped the main objective of this dissertation, namely, developing a complete and exhaustive analysis of the external competitive environment of the DOCa Rioja wine. First of all, a global analysis of the market of wine will be done. In this section the main characteristics of the international scenery will be explained and the major wine importing and exporting countries will be identified. Then, a national analysis will be done. Finally, the evolution of the prices, of the consumption and of the production of DOCa Rioja wine during the 21th century will be analysed. Likewise, an investigation of the main competitors of Rioja wine will be done, taking into account the price, the value, the quantity and the destinations of the exportations. We like to boast about coming from the cradle of Rioja wine but what do you know about it?

1. INTRODUCCIÓN

Durante los últimos años, la internacionalización de La Rioja está siendo uno de los objetivos principales tanto para el Gobierno como para las diferentes empresas que se encuentran en dicho territorio. El mercado mundial ofrece cada vez más oportunidades de expansión gracias a las facilidades existentes para el comercio internacional. En este ámbito, el principal sector exportador de La Rioja es el vitivinícola y el consiguiente análisis del sector exterior resulta primordial ya que, como consecuencia de la internacionalización, los principales competidores de los bodegueros riojanos ya no tienen por qué encontrarse dentro esta región, sino que pueden estar localizados a miles de kilómetros de distancia.

En este trabajo se pondrán en práctica los conocimientos aprendidos en el Grado en Administración y Dirección de Empresas para analizar el mercado del vino desde diferentes perspectivas.

El objetivo principal es conocer la posición respecto a sus competidores del vino con DOCa Rioja como exportador, tanto a nivel mundial como nacional. Es por ello por lo que, en primer lugar, se analizará la situación de España como uno de los principales países productores y exportadores de vino en el panorama mundial. Pese a que España, Francia e Italia siguen siendo hoy en día las grandes potencias en materia de producción en el sector vitivinícola, otros países como Sudáfrica, Australia, Nueva Zelanda, India o China se están introduciendo con mucha fuerza en este mercado. Asimismo, también se expondrá cuáles son los principales países importadores de este caldo, ya que una buena adecuación a las demandas es esencial para garantizar el éxito tanto de un sector como de una empresa.

A continuación, se tendrá en cuenta el panorama nacional y cómo se encuentra La Rioja en comparación con las restantes comunidades autónomas en lo relativo al sector vitivinícola. Con este análisis se busca determinar la importancia de La Rioja como exportadora de vino dentro de España.

El siguiente análisis se centrará en la evolución del vino con DOCa Rioja en el siglo XXI. Pese a que dicha denominación no es perteneciente íntegramente a La Rioja, su importancia en la estrategia de internacionalización de dicha comunidad autónoma es

un hecho, por lo que su análisis es necesario para poder determinar y establecer un conjunto de objetivos ligados a dicha estrategia.

El vino Rioja es reconocido a nivel mundial como uno de los mejores caldos en relación calidad/precio. Esta Denominación de Origen es la más antigua de España. Sin embargo, no es hasta 1991 cuando finalmente el vino Rioja recibe el título de Denominación de Origen Calificada. Con este hecho se inicia una nueva etapa caracterizada por la continua innovación y expansión del mercado vitivinícola riojano. Asimismo, la cultura del vino cada vez despierta más interés dentro de la población, por lo que el buen desarrollo de este sector proporciona grandes beneficios tanto económicos, como sociales y medioambientales. A pesar de contar con una gran tradición, los vinos riojanos han conseguido adaptarse a los numerosos cambios en el entorno a lo largo de los años gracias a la innovación, convirtiéndose en un referente a nivel mundial tanto por su calidad como por su amplia gama de vinos.

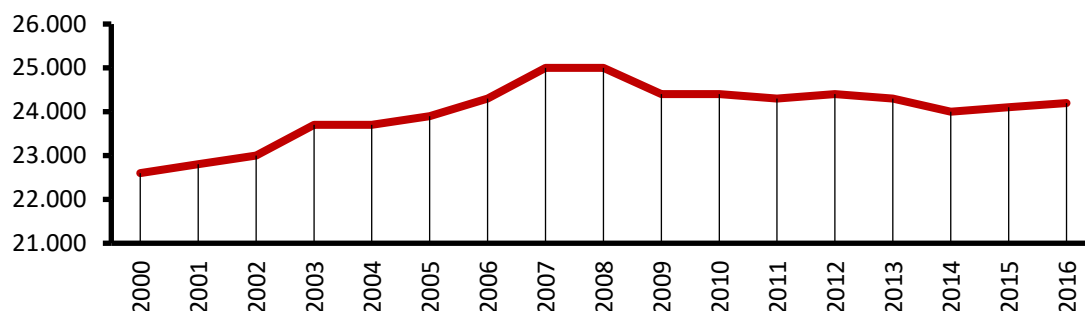
Finalmente, en este trabajo se realizará un análisis más exhaustivo y profundizado sobre los principales competidores del vino con DOCa Rioja. Así, no solo se tendrán en cuenta otros países competidores sino también ciertas zonas que por sus características y repercusión compiten directamente con el caldo riojano. En este análisis se distinguirán los principales mercados de destino del vino riojano y se analizará la influencia de los competidores en estos mismos.

2. ANÁLISIS EXTERIOR DEL MERCADO MUNDIAL DEL VINO

En los últimos años se han producido una serie de cambios en el entorno internacional que afectan directamente al sector vitivinícola, tanto en el lado de la oferta como en el lado de la demanda.

En primer lugar, con la entrada del siglo XXI numerosos factores han provocado un incremento en el consumo mundial del vino. Por un lado, ha aumentado el poder adquisitivo de la población, lo que hace que este caldo sea cada vez más accesible y, por otro lado, han cambiado los hábitos de consumo, situando el vino ya no solo como una bebida ocasional sino como un producto consumible en el día a día. Es por ello por lo que desde el año 2000 hasta el año 2007 se observa un incremento total en el consumo mundial de vino de 2.400 millones de litros (Gráfico 1). Sin embargo, desde este año hasta hoy en día el consumo mundial parece haberse estancado en algo más de 24.000 millones de litros. Este hecho se ve justificado por la aparición de productos sustitutivos como la cerveza y por la orientación del mercado del vino hacia la venta de vinos premium y super-premium que son menos accesibles al consumidor medio. Por países, Estados Unidos se sitúa en 2015 como el territorio donde más vino se consumió con 3.100 millones de litros. Por detrás se sitúan Francia (2.720 mill. l.) e Italia (2.050 mill. l.). España ocupa el octavo puesto con un total de 1.000 mill. de l. No obstante, el panorama mundial cambia considerablemente si en vez de tener en cuenta el consumo total lo que se mide es el consumo de vino per cápita. En este caso, es Ciudad del Vaticano quien encabeza la lista con un total de 52,26 litros per cápita, seguido de Andorra (46,26 litros per cápita) y Croacia (44,20 litros per cápita). España queda relegada al vigesimotavo puesto con un total de 21,26 litros per cápita. Asimismo, la tendencia existente durante los últimos años dentro de los principales países productores (Francia, España e Italia) consiste en el derrumbe del consumo del vino. Es por ello por lo que estrategias como la “democratización del consumo del vino” cada día cobran más importancia en estos países, ya que su fin último se basa en recuperar las variaciones positivas en las tasas de consumo de este caldo.

GRÁFICO 1. Evolución del consumo de vino mundial (mill. l.)



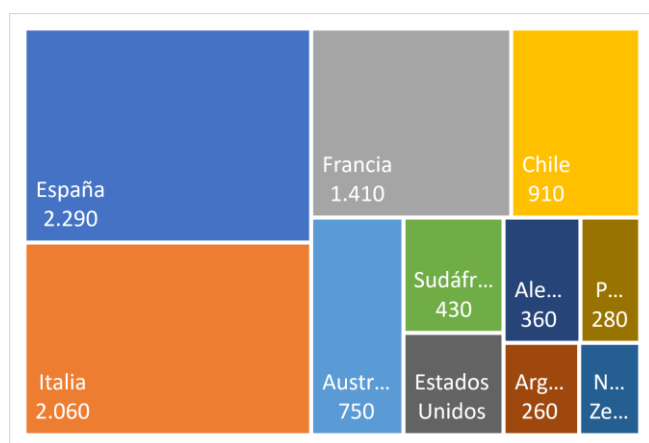
Fuente: Elaboración propia con datos del Observatorio Español del Mercado del Vino (OeMV)

Desde el punto de vista de la oferta, durante los últimos años ha cobrado gran importancia la inclusión de nuevos agentes en el sector vitivinícola. De este modo, cabe distinguir lo que se conoce como países tradicionalmente productores (PTP) y nuevos países productores (NPP). Dentro de los primeros se englobarían los países europeos, que hoy en día siguen siendo los principales productores de vino. Por otro lado, dentro de los NPP se encuentran aquellos países que comenzaron con el cultivo de la vid años más tarde que los primeros, pero en los que el sector vitivinícola ha cobrado una gran importancia tanto a nivel local como mundial. Dentro de este grupo se encontrarían Sudáfrica, Argentina, Chile, EE. UU., Nueva Zelanda y Australia. Además, en los últimos años se está prestando una especial atención a los denominados “países «emergentes en el negocio del vino» (PEm) que desde hace algunos años están cobrando protagonismo en el sector bien en producción, bien en consumo, cuando no en ambas áreas, como en el caso de China, Rusia, India, Brasil y Perú” (Barco, 2017).

Además, el incipiente proceso de globalización y la innegable influencia de las nuevas tecnologías y las comunicaciones han provocado que se produzcan fuertes cambios en el nivel y en el reparto mundial de exportaciones de vino. Mientras que tradicionalmente el vino era consumido principalmente en zonas cercanas a su producción, gracias a este proceso de globalización se ha pasado de exportar una décima parte en los años 70 a más de una tercera parte en los últimos años.

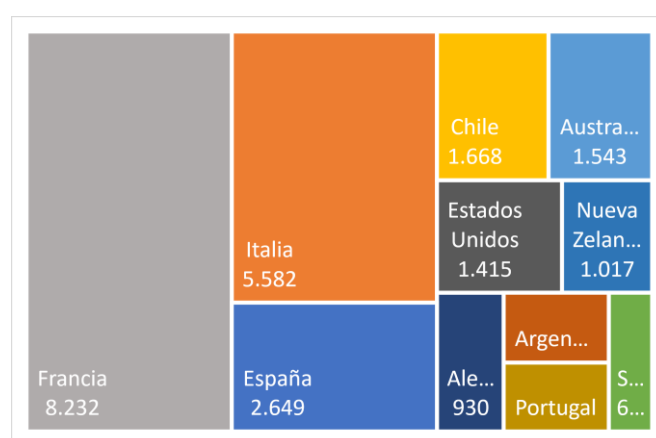
Actualmente siguen siendo los PTP los principales países exportadores de vino. Sin embargo, conviene hacer una distinción entre principales países exportadores en volumen y principales países exportadores en valor. Como se puede observar en los gráficos 2 y 3, el hecho más destacado es el cambio de posición de España dependiendo de la medida utilizada. Así, si los principales países exportadores son medidos en función del volumen, España resulta ser el principal país exportador ocupando el 22% de la cuota de mercado. A pesar de ello, si estas mismas exportaciones se miden en valor, España queda relegada al tercer puesto, representando un 9,2% del comercio mundial. Esto es así debido a la gran cantidad de vino a granel que durante 2016 exportó España (55% del total). De este modo, el precio medio del vino español exportado se sitúa en 1,16€/l. Por otro lado, con Francia ocurre el caso contrario; resultando ser la primera potencia mundial en cuanto a exportación de vino en valor. En este país los vinos exportados a granel representan tan solo el 15% del total, vendiendo el vino al exterior a un precio medio de 5,84€/l. Destacar también a Italia como la otra gran potencia en el mercado mundial del vino, que mantiene la segunda posición tanto en valor como en volumen y cuyo precio medio de vino exportado es de 2,71€/l. y donde el vino a granel representa el 26% de las exportaciones. Al igual que con la oferta, en la demanda también existe una tendencia cambiante en los últimos años y es que, como ya se ha dejado entrever, el mercado mundial de la producción del vino está convergiendo. Así, los países del nuevo mundo cada vez se acercan más a las cifras de exportaciones vinícolas de los países del viejo mundo.

GRÁFICO 2. Principales países exportadores de vino (mostos excluidos) en 2016 en volumen (mill. l.)



Fuente: Elaboración propia con datos de la Organización Internacional de la Viña y el Vino (OIV).

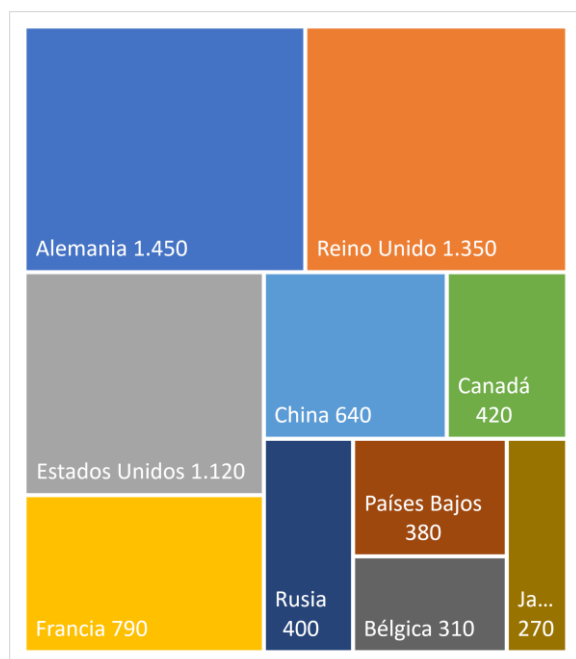
GRÁFICO 3. Principales países exportadores de vino (mostos excluidos) en 2016 en valor (mill. €)



Fuente: Elaboración propia con datos de la Organización Internacional de la Viña y el Vino (OIV).

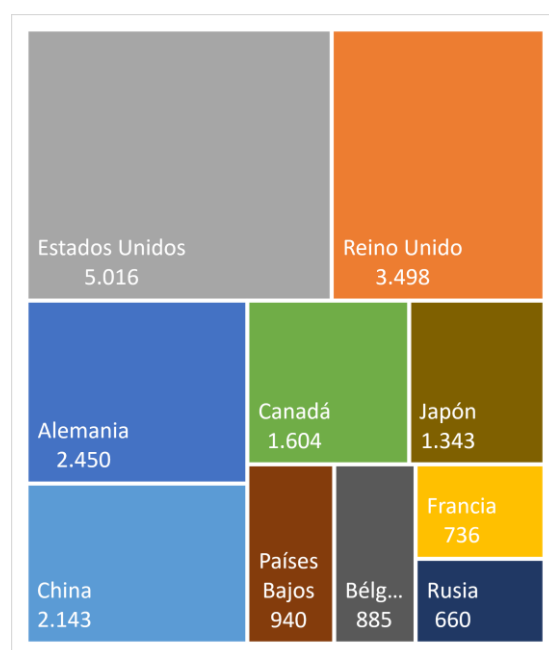
Analizadas las exportaciones mundiales, se procede a analizar las importaciones. Para su mejor comparativa, al igual que con las exportaciones, se analizarán los principales países importadores de vino en función del volumen y del valor. En este caso, Estados Unidos, Reino Unido y Alemania se posicionan como los principales países importadores de vino en 2016 (gráficos 4 y 5). También en importaciones, se puede observar que existen cambios en materia de volumen o de valor. De este modo, es Alemania el principal importador de vino en volumen, mientras que el primer puesto lo ocupa Estados Unidos en valor. Reino Unido ocupa el segundo lugar tanto en volumen como en valor. Esto se vuelve a explicar por la cantidad de vino embotellado importado cuyo precio es superior al vino a granel. De este modo, el vino embotellado en Alemania representa el 37% del total de las importaciones, en Reino Unido el 54% y en Estados Unidos el 65%. Destacar que de las tres grandes potencias exportadoras de vino (España, Italia y Francia) tan solo el país francófono se encuentra dentro de los principales países importadores de vino ocupando el quinto lugar en volumen y el noveno en valor. Finalmente, conviene hacer referencia al potencial de China como país importador, que de 2015 a 2016 mostró una tasa de crecimiento del 14,29% en volumen y del 16,47% en valor.

GRÁFICO 4. Principales países importadores de vino (excepto mostos) en 2016 (mill. l.)



Fuente: Elaboración propia con datos de la Organización Internacional de la Viña y el Vino (OIV).

GRÁFICO 5. Principales países importadores de vino (excepto mostos) en 2016 (mill. €).



Fuente: Elaboración propia con datos de la Organización Internacional de la Viña y el Vino (OIV).

3. ANÁLISIS EXTERIOR DEL MERCADO ESPAÑOL DEL VINO

A continuación, se desarrollará un estudio sobre las diferentes características del mercado del vino a nivel nacional. Es de gran importancia identificar el entorno que rodea al producto ya que éste influye directamente en la estrategia a llevar a cabo.

En cuanto a exportaciones de vino en recipientes con una capacidad igual o inferior a 2 litros, La Rioja se posiciona como la CCAA que, en términos de valor, más vino ha exportado con un total de 309.71 millones de euros, representando un 17.26% del total de las exportaciones españolas (cuadro 1). Desde el año 2000 el valor de sus exportaciones ha ido incrementando a lo largo de los años (gráfico 6). Sin embargo, este dato ha de ser analizado cautelosamente, ya que las cifras están expresadas en unidades monetarias corrientes por lo que no se tiene en cuenta el efecto de la inflación. Asimismo, respecto al resto de comunidades autónomas se puede observar en el gráfico 7 una progresiva disminución del porcentaje sobre el total de exportaciones.

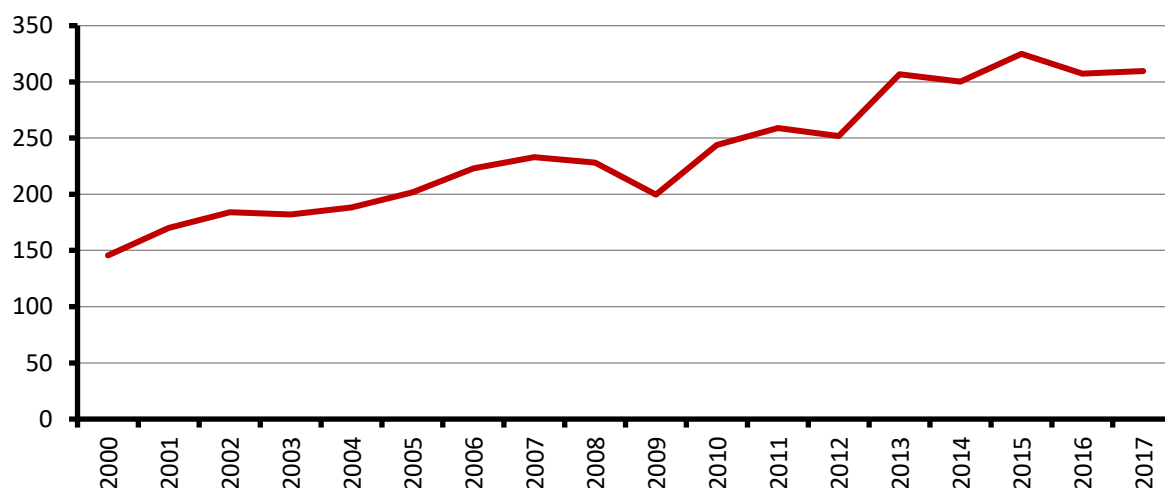
Por otro lado, el ranking de posiciones cambia considerablemente cuando la medida que se tiene en cuenta son exportaciones en envases con una capacidad superior a dos litros e inferior a 10 l. Cabe señalar que desde que esta subpartida arancelaria ha sido añadida, los vinos exportados en recipientes con estas características no se consideran exportaciones a granel. Dicho esto, se puede señalar que La Rioja queda relegada al séptimo puesto en esta clasificación, representando un 4,43% del total de exportaciones con estas características (cuadro 2). Castilla La Mancha, representando el 27,36% del total de las exportaciones y la Región de Murcia (21,39%) lideran esta tabla. La explicación a este cambio de posiciones se fundamenta en que la Comunidad Autónoma de La Rioja exporta fundamentalmente vinos con denominación de origen, que son principalmente exportados en recipientes con una capacidad igual o inferior a dos litros.

CUADRO 1. Exportaciones de vino en recipientes con capacidad igual o inferior a 2 l. en 2017 (miles de €)

Comunidad Autónoma	Millones de euros	% sobre el total
Rioja, La	309,71	17,26%
Castilla-La Mancha	237,40	13,23%
Cataluña	222,68	12,41%
País Vasco	199,35	11,11%
Castilla y León	171,61	9,56%
Aragón	112,02	6,24%
Comunitat Valenciana	111,38	6,21%
Murcia, Región de	105,92	5,90%
Andalucía	92,11	5,13%
Navarra, Comunidad Foral de	68,12	3,80%
Extremadura	58,66	3,27%
Galicia	48,09	2,68%
Madrid, Comunidad de	34,71	1,93%
No determinado	10,68	0,59%
Balears, Illes	7,48	0,42%
Canarias	3,77	0,21%
Asturias, Principado de	1,08	0,06%
Cantabria	0,12	0,01%
Melilla	0,01	0,00%
TOTAL	1.794,90	100,00%

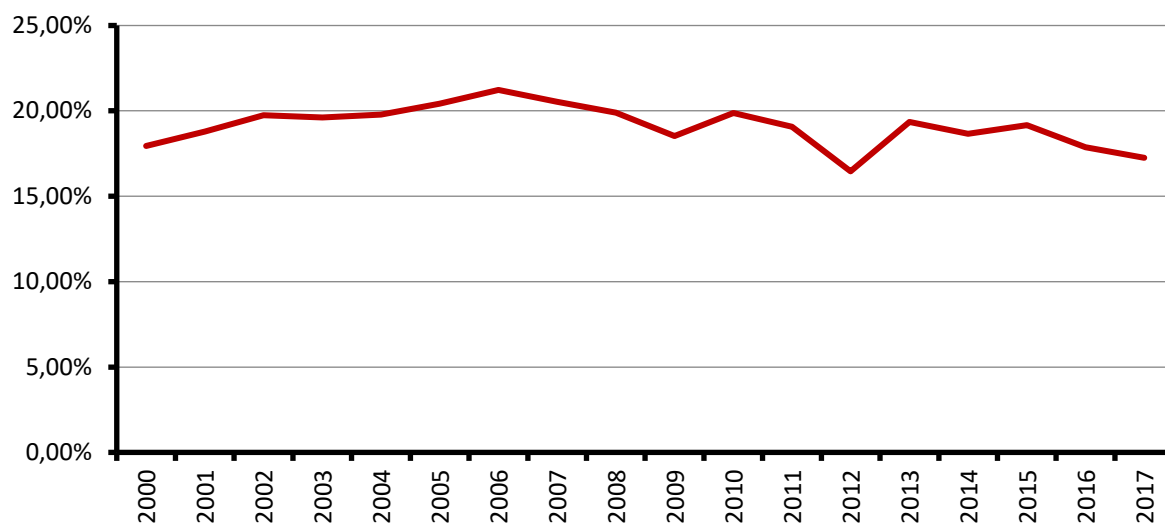
Fuente: elaboración propia con datos de Datacomex.

GRÁFICO 6. Evolución de las exportaciones de vino en recipientes con capacidad igual o inferior a 2 l. en La Rioja (millones de €).



Fuente: Elaboración propia con datos de Datacomex.

GRÁFICO 7. Evolución de la proporción de La Rioja sobre el total de exportaciones de vino en recipientes con capacidad igual o inferior a 2 l (en %).



Fuente: Elaboración propia con datos de Datacomex.

CUADRO 2. Exportaciones de vino en recipientes con capacidad superior a 2 l. e inferior a 10 l. en 2017 (en miles de €)

Comunidad Autónoma	Millones de euros	% sobre el total
Castilla-La Mancha	10,10	27,36%
Murcia, Región de	7,90	21,39%
Comunitat Valenciana	6,36	17,22%
Cataluña	4,67	12,66%
País Vasco	1,81	4,89%
Aragón	1,69	4,58%
Rioja, La	1,64	4,43%
Castilla y León	0,79	2,14%
Extremadura	0,68	1,85%
Andalucía	0,67	1,83%
Navarra, Comunidad Foral de	0,50	1,36%
Madrid, Comunidad de	0,08	0,22%
Balears, Illes	0,02	0,05%
Galicia	0,01	0,02%
Total	36,94	100,00%

Fuente: Elaboración propia con datos de Datacomex.

De cara a 2018, las previsiones en cuanto al mercado del vino español no son optimistas. La cosecha de 2017 se vio fuertemente afectada por la meteorología, produciéndose una disminución de la producción de materia prima y, con ello, una subida del precio de la uva y, por tanto, del vino. Esta reducción de la cosecha provoca una previsible disminución de las exportaciones en términos de volumen. Sin embargo, se espera que esta reducción en volumen se vea compensada por unos precios más elevados, por lo que la facturación final probablemente tenga tendencia al alza. En cuanto al envase del vino exportado, se prevé un incremento de las exportaciones en vino embotellado en contraposición de una reducción del vino a granel. En cuanto al consumo, la revista online Vinetur mantiene que *“las subidas registradas del precio en origen generarán pérdida de consumo, particularmente en los segmentos más económicos, con posible traslación de más consumo a otras bebidas y, especialmente, hacia la cerveza”*. Por otro lado, las visiones más optimistas se centran en el enoturismo, en el comercio online y en la distribución del vino por el canal HORECA para conseguir aumentar el consumo de este caldo.

4. MERCADO DEL VINO CON DOCa RIOJA

4.1 Definición de DOCa y condicionantes institucionales en el mercado

Hasta ahora, en los análisis realizados se ha hablado del vino en general, distinguiendo únicamente el vino por el tipo de envase exportado. A continuación, se realizará un estudio del vino con Denominación de Origen Calificada (DOCa) Rioja.

La revista online Vivirelvino califica los vinos Rioja como “*frescos, aromáticos, de composición equilibrada y excelente buqué*”. La zona de producción de este vino se divide en Rioja Alta, Rioja Baja y Rioja Alavesa, territorios que se encuentran dentro de las comunidades autónomas de La Rioja (43.885 hectáreas), País Vasco (12.934 hectáreas) y Navarra (6.774 hectáreas). Se producen vinos tanto tintos como blancos y rosados con diversas variedades de uva como la uva garnacha, la uva tempranillo o la uva viura.

Respecto a la D.O.Ca contar con esta mención, calificada o no, condiciona fuertemente las características del mercado. Por ello, previo análisis de las exportaciones se establecerá qué es una Denominación de Origen y se expondrán los principales hechos regulatorios que afectan al comercio internacional de este tipo de productos.

Según está establecido en la página oficial del Ministerio de Agricultura “*las Denominaciones de Origen Protegidas (D.O.P.) constituyen el sistema utilizado en nuestro país para el reconocimiento de una calidad diferenciada, consecuencia de características propias y diferenciales, debidas al medio geográfico en el que se producen las materias primas, se elaboran los productos, y a la influencia del factor humano que participa en las mismas.*” El mismo ministerio distingue dentro de las D.O.P. los Vinos de Pago (V.P.), las Denominaciones de Origen Calificadas (D.O.Ca), las Denominaciones de Origen (D.O.) y los Vinos de Calidad con indicación geográfica (V.C). Este trabajo está centrado fundamentalmente en vinos con DO y DOCa. La diferencia entre ambas D.O.P. reside en que para la obtención de la calificación de D.O.Ca se han de cumplir otros requisitos adicionales a los de la D.O. que implican un mayor control del proceso de producción y elaboración. Concretamente en el mercado del vino, España cuenta con un total de 70 Denominaciones de Origen y tan solo dos denominaciones de origen reconocidas como calificadas: Rioja y Priorato.

De este modo, se puede afirmar que dentro del territorio español está establecido de una forma clara y precisa qué productos gozan de Denominación de Origen Calificada. El problema surge cuando dicha protección y reconocimiento se quiere llevar al comercio exterior. Además de los condicionantes que supone la utilización de diferentes monedas en el comercio internacional, también se originan numerosos acuerdos y conflictos de los cuales a continuación se expondrán los más destacados en cuanto a importancia y cronología en lo que afecta directamente a la Denominación de Origen Calificada Rioja.

En primer lugar, la sentencia establecida por el Tribunal de Justicia en lo referente al recurso constituido por Bélgica en contra de España, en el que Bélgica acusa a España de incumplir el Tratado de la Comunidad Europea al no permitir embotellar vino con DOCa Rioja en Bélgica. En este recurso Bélgica alega que *“no se había demostrado que el embotellado del vino objeto de examen en la zona de producción fuera una operación que confiriera a dicho vino unos caracteres particulares o una operación indispensable para el mantenimiento de los caracteres específicos que hubiera adquirido”*. Contra esto, España defiende que el embotellado forma parte del proceso de producción de vino y que su transporte en granel puede provocar que el vino no se conserve en su estado originario. Finalmente, el Tribunal de Justicia establece sentencia a favor de España desestimando el recurso.

Otro asunto de gran importancia en lo referente a las exportaciones de productos con denominación de origen consiste en la distinción entre denominación de origen y marca. En el ámbito europeo conviene hacer referencia a la sentencia dictaminada por el Tribunal General de la Unión Europea de 9 de febrero de 2017 en el asunto T-696/15 en la que se prohíbe que una empresa haga referencia en su marca a una Denominación de Origen Protegida. Este fue el caso de Bodegas Vega Sicilia a la que se le denegó poder usar como marca de vino *“Tempos Vega Sicilia”* al contener el término *“Sicilia”* *“que es una parte significativa de las denominaciones de origen protegidas «Grappa Siciliana/Grappa di Sicilia», «Sambuca di Sicilia» y «Sicilia», la primera para bebidas espirituosas y las dos últimas para vinos”*¹.

En lo relativo a marcas, destacar también la sentencia de 5 de marzo de 2012 del Tribunal Supremo en la que se permite que una bodega utilice una misma marca para

¹ INFOCURIA – JURISPRUDENCIA DEL TRIBUNAL DE JUSTICIA (2017): “Sentencia del Tribunal General de 9 de febrero de 2017 en el asunto T-696/15”

distintas Denominaciones de Origen. Esto repercute especialmente en las grandes bodegas con producción en diversos territorios ya que supone reducir considerablemente los esfuerzos en marketing para conseguir la posición competitiva deseada. Por ejemplo, la bodega Marqués de Riscal previamente a esta sentencia habría tenido que utilizar una marca diferente para sus vinos con DO Rueda y DOCa Rioja mientras que hoy en día utiliza indistintamente la denominación “Marqués de Riscal” para todos sus vinos.

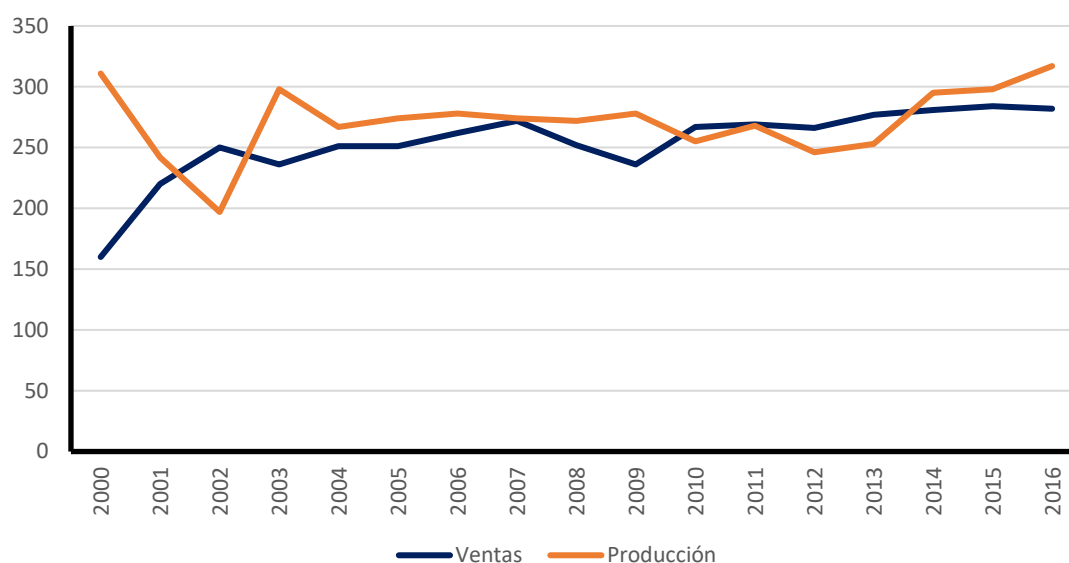
Finalmente, hacer referencia a los acuerdos bilaterales, entendiendo como tales a las alianzas entre dos partes con el fin de buscar el beneficio recíproco, en este caso en materia comercial. La UE durante los últimos años ha realizado numerosos acuerdos de este tipo que han afectado al comercio mundial. En primer lugar, se destaca el acuerdo entre la Unión Europea y China debido a la cada vez mayor importancia del país asiático como consumidor de productos vitivinícolas. Así, en 2017 se llegó a un acuerdo en el que China reconocía y protegía cien indicaciones geográficas europeas a cambio de que Europa reconociera y protegiera el mismo número de indicaciones geográficas chinas. Este tipo de acuerdos ayudan a maximizar en ambos mercados el valor añadido que supone el reconocimiento de un Indicador Geográfico. Esto afecta directamente al mercado del vino estudiado ya que la D.O.Ca. Rioja se encuentra dentro de este paquete de cien indicaciones geográficas.

Otro acuerdo de gran importancia en el ámbito de las exportaciones es el denominado CETA (Acuerdo Económico Global y Comercial). Este es un acuerdo de libre comercio entre Canadá y la Unión Europea que regula, entre otras cosas, las tasas arancelarias y el libre comercio de bienes y servicios. Con este acuerdo se eliminan gran parte de los derechos de aduana relacionados con productos agrícolas lo que supone que las empresas europeas de este sector se vuelvan más competitivas en el mercado canadiense. Además, en este acuerdo Canadá ha accedido a proteger 143 Indicaciones Geográficas europeas, dentro de las cuales se encuentra D.O.Ca. Rioja. Asimismo, existen acuerdos de similar índole a los comentados que han repercutido en el comercio extracomunitario, como son los realizados entre la Unión Europea y otros países como Estados Unidos, Chile, Australia, México y Sudáfrica.

4.2 Análisis del mercado exterior con DOCa Rioja.

En primer lugar, conviene destacar el ligero estancamiento tanto de la producción como de las ventas del vino con DOCa Rioja. De este modo, durante el último quinquenio las ventas se han mantenido constantes, situándose alrededor de los 275 millones de litros mientras que la producción ha seguido una tendencia creciente llegando a situarse en 2016 por encima de los 300 millones de litros, cifra no alcanzada desde el año 2000.

GRÁFICO 8. Evolución de las ventas y de la producción de vino con DOCa Rioja entre 1979 y 2016 en millones de litros.



Fuente: Elaboración propia con datos proporcionados por el profesor Emilio Barco.

Asimismo, el vino con DOCa Rioja en los últimos años ha ido ganando competitividad nacional en términos de valor, entendiendo esta como la cuota de vino Rioja entre el total de vinos con DO envasados en España. De este modo, alrededor del 40% de los vinos con DO envasados en España pertenecen a la DOCa Rioja. Como se puede observar en el gráfico 9 a principios de 2013 se produjo una fuerte caída situándose este Índice de Competitividad Nacional (ICN) en un 39,4%. Sin embargo, desde entonces dicha competitividad ha ido recuperándose llegando a situarse en un 42,4% en septiembre de 2016.

GRÁFICO 9. Índice de competitividad Nacional del vino Rioja (diciembre 2010 – septiembre 2016).



Fuente: Observatorio Español del Mercado del Vino.

Respecto a la estructura de ventas según se destinen al mercado interior o exterior, como se puede apreciar en el gráfico 10, entre 2000 y 2016 existe cierta inclinación hacia el mercado internacional. Mientras que en el año 2000 el 75% de las ventas se producían en mercado interior, en 2014 dicha cifra se reduce hasta un 62%.

GRÁFICO 10. Estructura de las ventas por tipo de mercado (2000-2016).

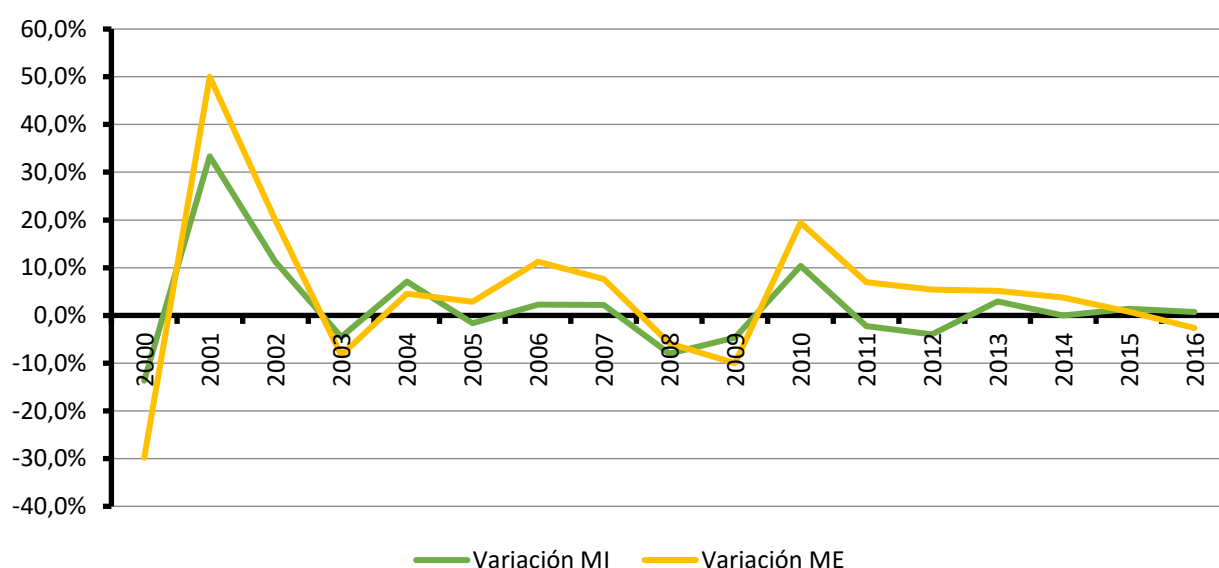


Fuente: Elaboración propia con datos proporcionados por el profesor Emilio Barco.

En cuanto a la evolución de las ventas (gráfico 11) se puede afirmar que la tendencia es claramente creciente y que tanto en el mercado interior como en el exterior la variación evoluciona con el mismo signo. Destacan las fuertes variaciones producidas

al comienzo del periodo estudiado. El aumento de un 50% de las ventas en el mercado exterior y de un 33% en el mercado interior en 2001 se debe, por un lado, a los bajos niveles a los que se estaba comercializando los años previos y, por otro lado, a la cosecha de 2001 calificada como “excelente”. Los restantes años, las variaciones de las ventas producidas tanto en el mercado interior como en el mercado exterior son mucho menos pronunciadas, no superando en valor absoluto el 10% en ninguno de los años excepto en 2010.

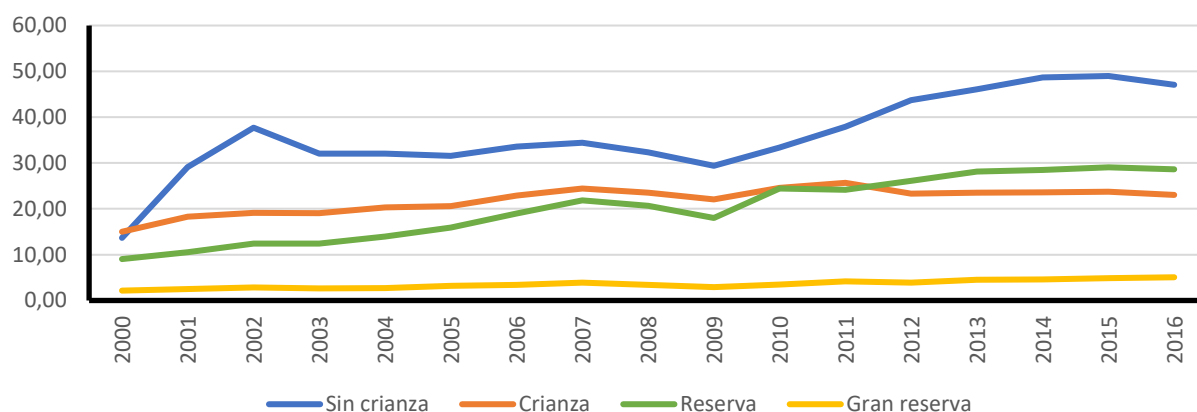
GRÁFICO 11. Evolución de la variación de ventas en el mercado interior y exterior (2000-2016).



Fuente: Elaboración propia con datos proporcionados por el profesor Emilio Barco.

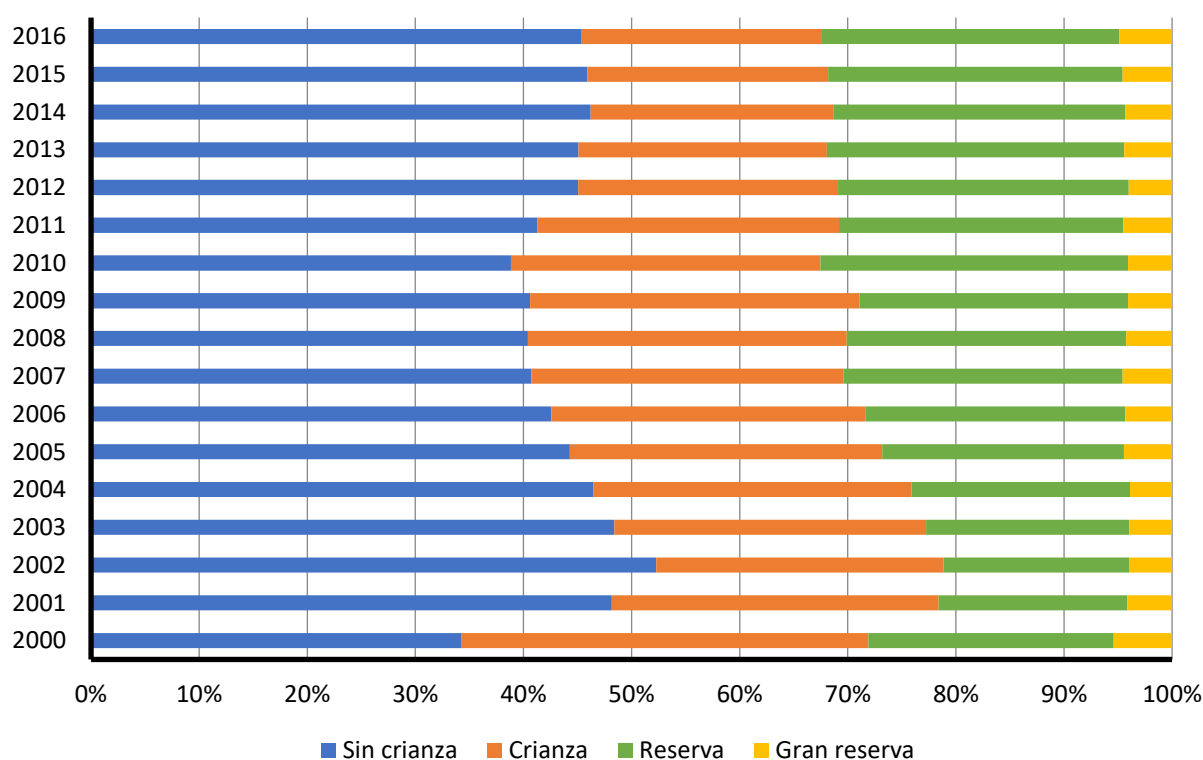
En lo referente a los diferentes tipos de vinos se observa un incremento de las exportaciones en litros en todas las clases del caldo desde el periodo analizado. Tradicionalmente, el vino más exportado es el vino sin crianza, seguidamente, el vino crianza y, finalmente, representando entre una tercera y una cuarta parte del total de vinos exportados se encuentran el reserva y el gran reserva. Sin embargo, en los últimos años se puede observar como en el mercado exterior el vino reserva le gana importancia al vino crianza, llegando incluso a ganarle en cuota de mercado. Concretamente, en el último quinquenio la estructura del vino por tipología en el mercado exterior se ha mantenido relativamente constante, representando los caldos sin crianza alrededor de un 45% del total de vinos exportados, un 23% los vinos crianza, un 27% los vinos reserva y un 5% los vinos gran reserva.

GRÁFICO 12. Evolución de las ventas en el mercado exterior por tipo de vino (mill. L.)



Fuente: Elaboración propia con datos proporcionados por el profesor Emilio Barco.

GRÁFICO 13: Distribución de las ventas en el mercado exterior por tipos de vino EN 2016

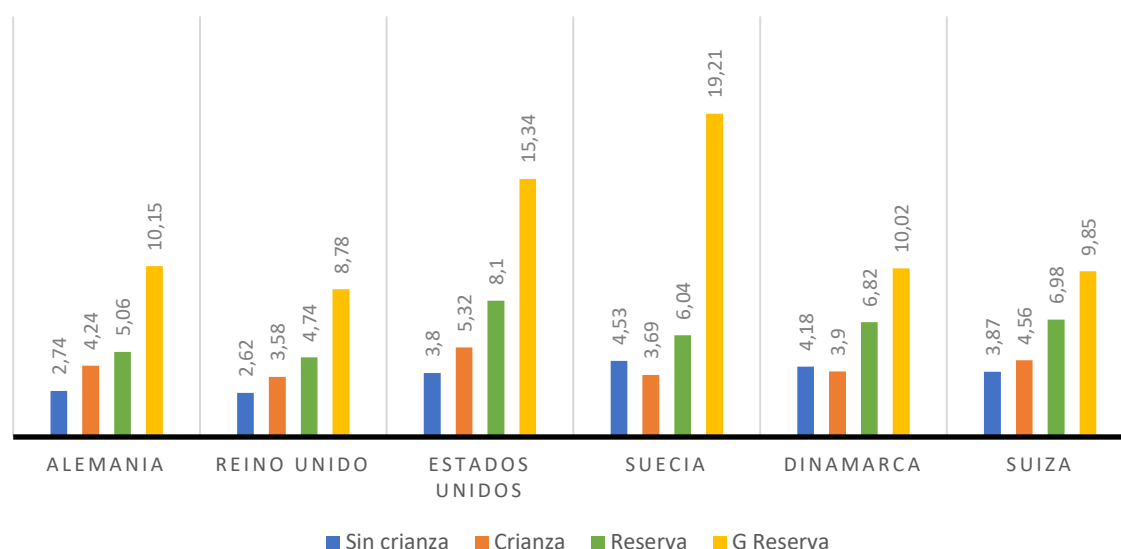


Fuente: Elaboración propia con datos proporcionados por el profesor Emilio Barco.

Como se ha apreciado anteriormente, en el comercio internacional no solo es de gran importancia el volumen exportado, sino también es determinante el precio al que se comercializa. Como se puede observar en el gráfico 14, es el vino gran reserva el que se exporta a un precio más alto, llegando en 2016 a alcanzar en Suecia un precio medio de

19,21 € el litro. El vino reserva se sitúa en la segunda posición como vino con más valor, alcanzando en Estados Unidos su precio máximo (8,1€ el litro). En cuanto a vinos sin crianza y crianza, dependiendo de mercado se sitúa uno por encima del otro. En cuanto a precio medio del total de los vinos vendidos en el país, es Suecia el país en el que se vende el vino tinto DOCa Rioja a un mayor precio (6,3€/l), seguidamente se encuentra Estados Unidos (6,33€/l) y Suiza (6,16€/l).

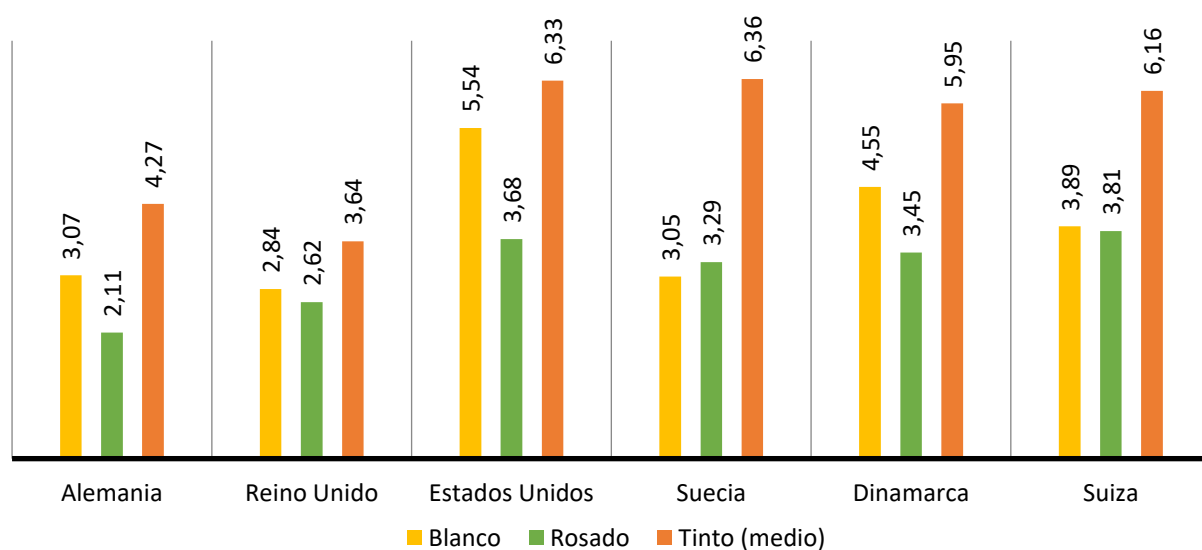
GRÁFICO 14. Precio medio de exportación vino DOCa Rioja en 2016 (en €/l)



Fuente: Elaboración propia con datos de “Análisis de un sector: Rioja 4.0” (Barco, E., 2018)

Pese a ser el vino tinto el más exportado con DOCa Rioja, cada vez cobra más importancia el vino blanco y rosado. En el mercado internacional, es el caldo tinto el que se sitúa con un precio medio más alto. Por lo general, el vino blanco con DOCa Rioja tiende a tener un precio más elevado que el vino rosado, alcanzando en Estados Unidos un precio de 5,54€ el litro.

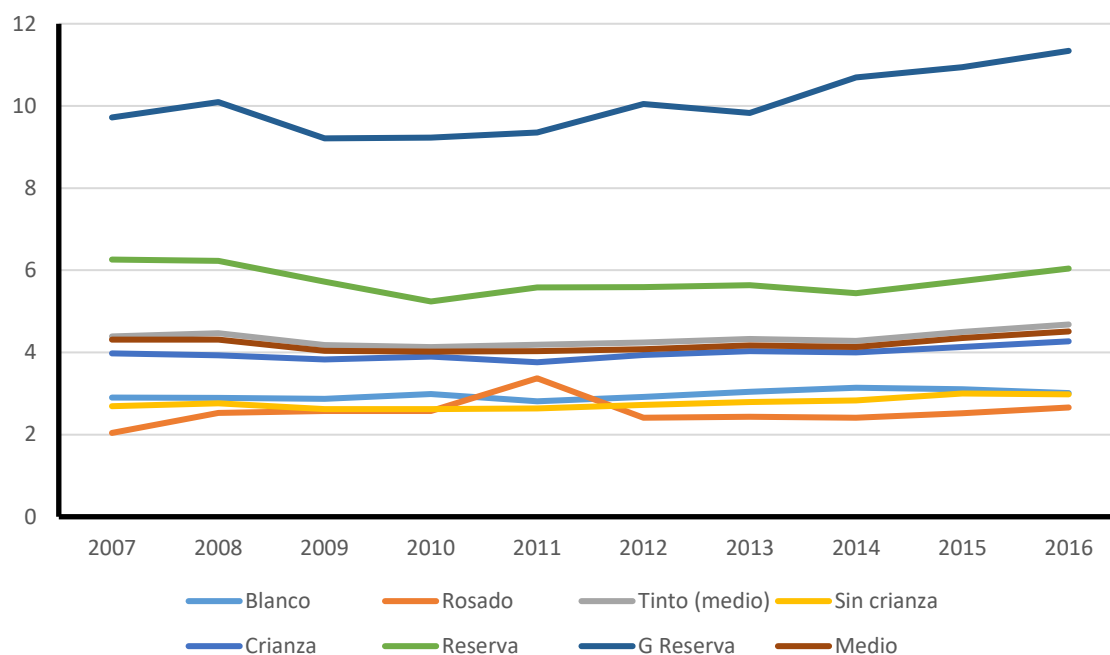
GRÁFICO 15. Precio medio de los vinos exportados por tipología en 2016 (€/l)



Fuente: Elaboración propia con datos de “Análisis de un sector: Rioja 4.0” (Barco, E., 2018)

En cuanto a fluctuaciones de precios, en el gráfico 16 se puede observar que desde 2007 los precios medios de los vinos exportados han tendido a aumentar. Concretamente, el precio del vino rosado se ha incrementado en un 23,53% respecto de 2007. Además, en este tipo de vino se puede apreciar una fuerte subida del precio en 2011 llegando a costar el litro de vino exportado 80 céntimos más que en el año anterior. Otras subidas del precio significativas las muestran el vino sin crianza y el vino blanco, que desde 2007 han incrementado ambos su valor en más de un 11%. En lo que se refiere al vino gran reserva, se puede observar la mayor fluctuación de precios en valor absoluto, aumentado finalmente su precio desde 2007 en un 12,35%. Finalmente, se puede apreciar que la única bajada de precio a lo largo de los años la protagoniza el vino reserva, que desde 2007 ha disminuido su valor en 22 céntimos de euro.

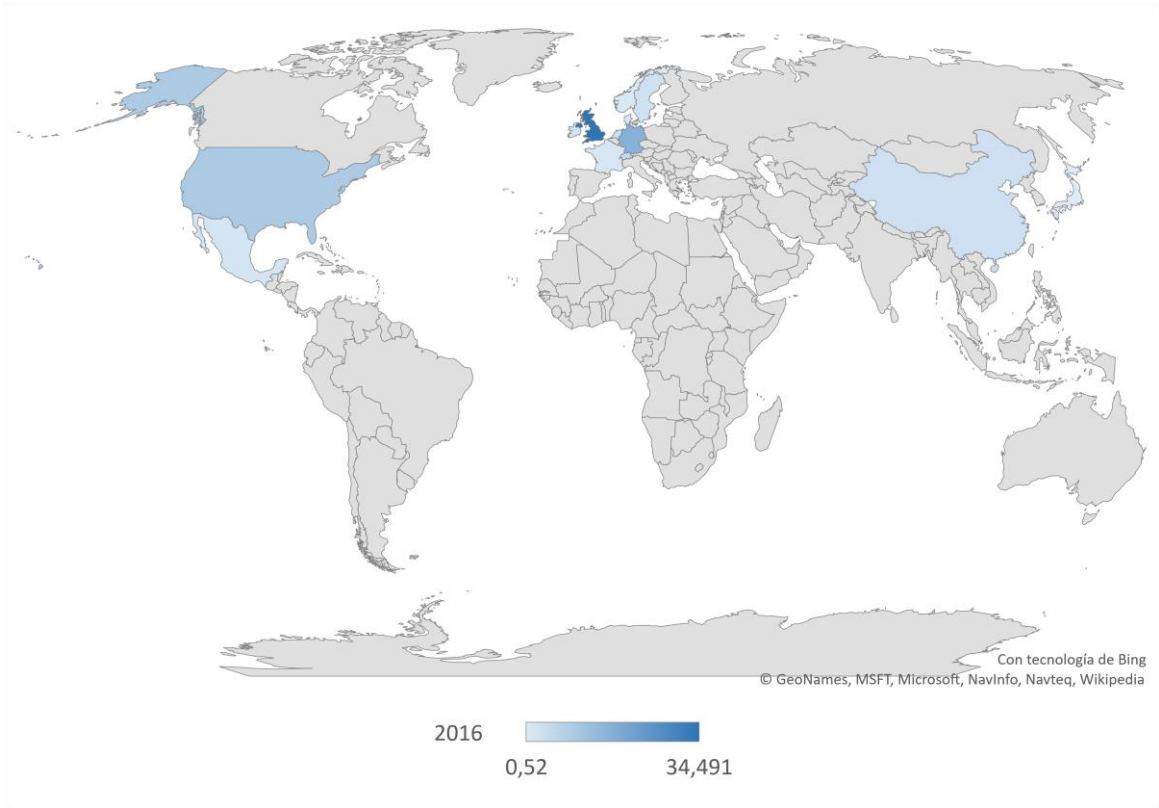
GRÁFICO 16. Evolución de los precios medios de vinos por tipología en 2016 (en €/l)



Fuente: Elaboración propia con datos de “Análisis de un sector: Rioja 4.0” (Barco, E., 2018)

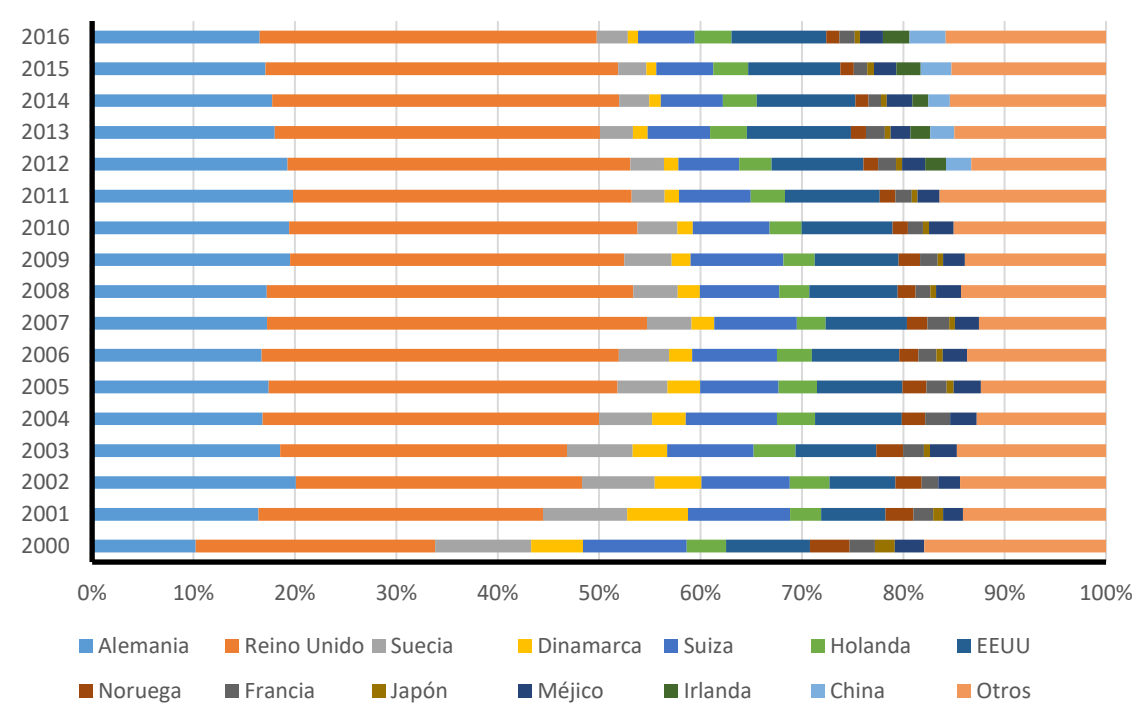
El vino con DOCa Rioja es exportado a un gran número de países. Tradicionalmente, el mercado exterior se fundamentaba en territorio europeo, pero en los últimos años gracias al abaratamiento del transporte y a la firma de numerosos acuerdos internacionales, las fronteras del vino Rioja se han ido expandiendo hasta llegar al continente asiático o americano. Sin embargo, aunque estos países son un mercado potencial muy importante de cara al futuro, hoy en día siguen siendo los países europeos los principales importadores de vino Rioja. Concretamente, Alemania y Reino Unido son los que encabezan la clasificación, realizando en 2016 casi el 50% del total de las exportaciones, que en términos absolutos son 51,65 millones de litros. Asimismo, también juegan un papel fundamental las compras de vino Rioja realizadas por Suiza y por Estados Unidos, sin dejar de lado China que pese a representar en 2016 el 3,56% del total de las exportaciones Rioja, desde que se comenzó a comercializar con el país asiático en 2012 las exportaciones han crecido a un ritmo medio de más del 10%.

MAPA 1. Principales destinos de las exportaciones con DOCa Rioja en 2016.



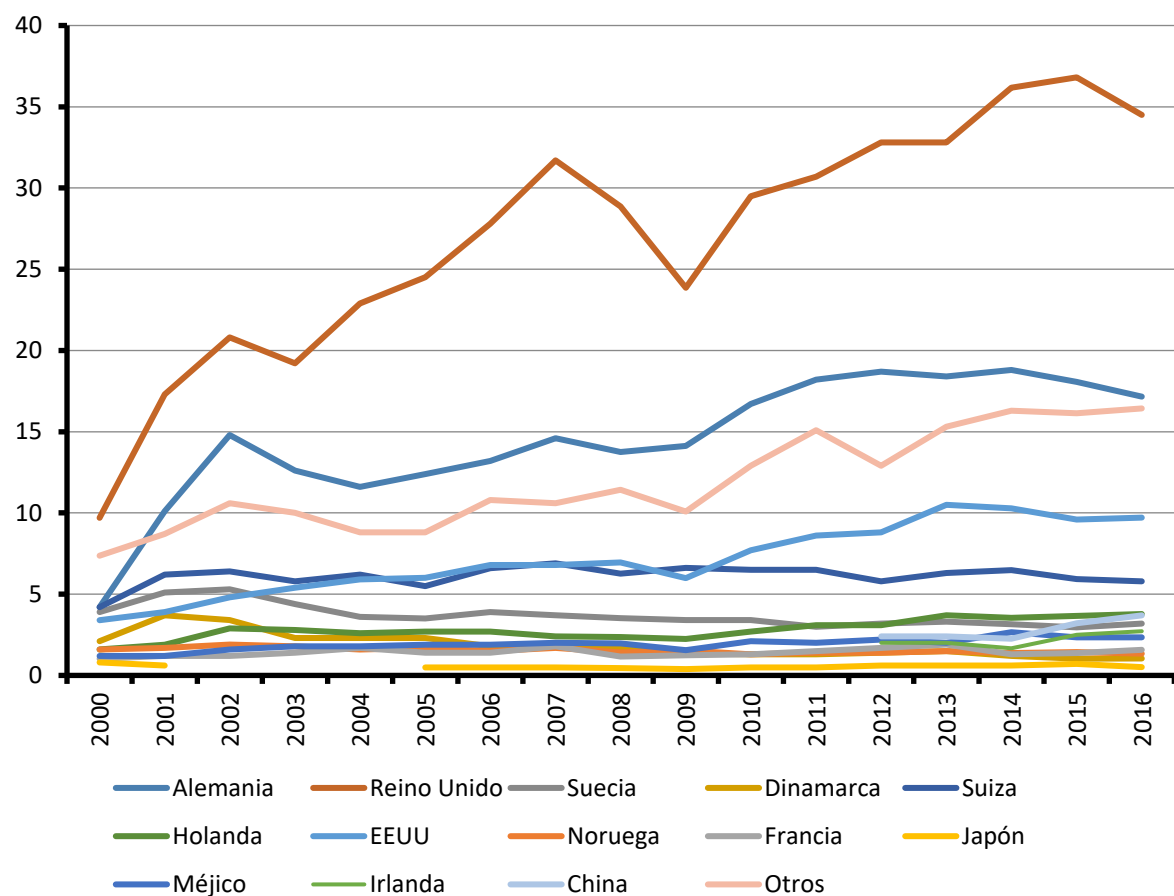
Fuente: Elaboración propia con datos proporcionados por el profesor Emilio Barco.

GRÁFICO 17. Distribución de las ventas de vino DOCa Rioja en el exterior en 2016



Fuente: Elaboración propia con datos proporcionados por el profesor Emilio Barco.

GRÁFICO 18. Evolución de las ventas de vino DOCa Rioja en el exterior (2000 – 2016)
(mill. l.)



Fuente: Elaboración propia con datos proporcionados por el profesor Emilio Barco.

5. ANÁLISIS DE LA COMPETENCIA

5.1 Características generales de los principales competidores del vino Rioja

En este apartado se analizarán los principales competidores del vino con DOCa Rioja. Este análisis en un mundo cada vez más global y, por tanto, más competitivo resulta esencial para garantizar la supervivencia y el éxito de un producto. Se tendrán en cuenta los 12 principales mercados exteriores del vino con DOCa Rioja (Reino Unido, Alemania, Estados Unidos, Suiza, Holanda, Suecia, Bélgica, China, Canadá, Noruega, México e Irlanda). Considerando estos destinos, se compararán diversos países competidores, distinguiéndose en Francia, Italia y España diferentes zonas o denominaciones de origen. El análisis se realiza de tal forma ya que el volumen y las cualidades del vino con DOCa Rioja hacen que el caldo analizado no solo compita directamente con otras denominaciones de origen, sino que también lo haga con vinos producidos en un país en su conjunto o en una zona específica.

Entre los competidores se distinguen Francia, Italia, España, Chile, Nueva Zelanda, Alemania, Australia, Estados Unidos, Portugal, Sudáfrica y Argentina.

Dentro de Francia se contemplarán diferentes regiones; Burdeos, Borgoña, Valle del Loira, Languedoc-Rosellón, Beaujolais y el resto de Francia. En la región de Burdeos se encuentran un amplio número de grandes vinos del mundo. Esta región cuenta con más de 53 Denominaciones de Origen dentro de las que destacan Medoc, donde se produce fundamentalmente vino tino, Graves (tinto y blanco), Sauternes y Barsac (vino blanco licoroso) y Pomerol (vino tinto de gran calidad). La zona de Borgoña también cuenta con un gran número de Denominaciones de Origen y con una gran variedad de vinos, de los que destacan los tintos y blancos. El Valle del Loira cuenta con 31 Denominaciones de Origen con una amplia variedad de características. La región de Languedoc-Rosellón es la más grande de Francia. Cuenta con 8 denominaciones de origen donde se producen principalmente vinos tintos y vinos dulces naturales.

Italia es un país en el que se extienden viñedos por todo su territorio, tanto de norte a sur como de este a oeste. Entre las diferentes regiones italianas que existen se hace referencia a las siguientes: Toscana, Véneto, Trentino Alto-Adagio, y Piamonte. La Toscana es una de las regiones más conocidas de Italia en cuanto a viticultura. En ella se distinguen cinco Calificaciones de Origen Controlada y Garantizada (DOCG): Chianti, que es una de las denominaciones de origen más amplias y que se caracteriza por la

producción de vino tinto, blanco y malvasía; Brunello di Montalcino (vino tinto); Vino Nobile di Montepulciano (vino tinto); Carmignano (vino tinto) y Pomino (vino tinto y blanco). El Véneto se caracteriza por poseer una amplia gama de vinos. En esta región se encuentran tres de las Denominaciones de Origen Controladas (DOC) más reconocidas a nivel mundial: Soave, Valpolicella y Bardolino. En la región montañosa de Trentino Alto-Adigio destacan los vinos blancos secos que han adquirido un reconocimiento internacional. Finalmente, la región de Piamonte es cuna de numerosas DOC y DOCG donde destacan los vinos tintos secos y los vinos blancos elaborados a base de uva moscatel.

En España se analizarán dos Denominaciones de Origen (Navarra y Valdepeñas) y la otra Denominación de Origen Calificada (Priorato). La DO Navarra cuenta con vinos muy variados (rosados, blancos, tintos, dulces...) a pesar de que el 90% del terreno está ocupado por uvas tintas y tan solo el 10% queda para variedad de uva blanca. En Castilla La Mancha se puede encontrar la DO Valdepeñas. Es una de las principales DO del territorio español que produce tanto vinos tintos como rosados, blancos o espumosos. En España, como ya se ha comentado anteriormente, únicamente Rioja y Priorato cuentan con el título de Denominación de Origen Calificada. La pequeña región de Priorat o Priorato se encuentra situada en una zona montañosa en la provincia de Tarragona. En este territorio también se elaboran vinos tintos, blancos y rosados.

Respecto a los países a analizar, comentar las características más destacadas de cada uno de ellos. En cuanto a Chile, destacar que los vinos se cultivan fundamentalmente en el centro del país. Cuenta con numerosas variedades de renombre con vinos tanto blancos como tintos. Además, tiene la peculiaridad de que la uva Carménère únicamente se cultiva en tierras chilenas. Con alrededor del 2,70% de la superficie mundial de viñedos, la República de Argentina elabora un amplio abanico de variedades de vino, distinguiéndose fundamentalmente tres regiones con diversas características entre ellas; la Noroeste, la Sur y la Centro Oeste, representando esta última más del 90% del total de la superficie de viñedos del país.

Estados Unidos es el cuarto país productor de vino del mundo. Como consecuencia de su gran superficie, abarca un gran número de variedades de vino. Sin embargo, unas zonas destacan frente a otras. La región de California cuenta con casi el 90% del total de la producción de Estados Unidos. El restante 10% se distribuye

fundamentalmente entre Washington y Oregón en el Noroeste y Nueva York en el Noreste.

En Nueva Zelanda se ha apostado por las nuevas tecnologías de producción para ganar competitividad en el mercado. De este modo, los vinos tintos y blancos de la Isla del Norte y los vinos blancos de la Isla del Sur han conseguido un prestigio internacional. Del mismo modo, Australia también está invirtiendo en nuevas tecnologías para ganar cuota en el mercado internacional. Este país ha apostado fuertemente por el sector vitivinícola, llegando a desarrollar un ambicioso proyecto (Strategy 2025) mediante el cual se ha puesto en marcha una estrategia para aumentar considerablemente la producción y las ventas nacionales e internacionales de vino. Hasta el momento, ha conseguido que sus vinos sean mundialmente conocidos por tener una buena relación calidad/precio.

Como consecuencia del clima frío característico del norte de Europa, en Alemania se encuentran viñedos fundamentalmente en el Sur y en el Oeste del país. Se elaboran vinos con baja graduación alcohólica y en su gran mayoría de tipo blanco. Portugal, pese a su pequeño tamaño, cuenta con una amplia variedad de vinos. *“Los vinos portugueses se clasifican teniendo en cuenta la producción, los sistemas de elaboración y el tipo de caldo. Así tenemos el vino verde, con un aire joven fresco y ácido, el vino maduro, elaborado y envejecido por el sistema normal y actual, y, por último, el vino rosado.”*² En cuanto a zonas, los vinos más destacados son los producidos en Madeira y Oporto.

Finalmente, en el continente africano destaca el país de Sudáfrica. Este país se caracteriza por tener unas condiciones climatológicas perfectas para la vinicultura. A pesar de contar con una amplia gama de vinos (dulces, blancos aromáticos, tintos robustos...) casi el 80% de su viñedo está dedicado a vinos blancos.

Una vez comentados los principales competidores de DOCa Rioja a continuación se detallará en qué posición se encuentra el vino con DOCa Rioja en comparación a estos. Para ello, se realizará un análisis de las ventas mundiales de vinos envasados en los doce principales mercados del Rioja.

En cuanto a las ventas en valor se puede observar que en el año 2016 se vendió vino envasado con DOCa Rioja por un valor total de 429 millones de euros en los 12

² UVINUM, tienda online de vino (2016) < <https://www.uvinum.es/denominaciones> >

principales mercados. Esto representa un 3,14% sobre el total de las ventas en dichos mercados. Con similar cuota de mercado se encuentra el vino de la región de Borgoña (3,74%) y de la región de la Toscana (3,31%). Por países, Alemania (3,45%), Portugal (2,66%) y Sudáfrica (2,22%) también se encontrarían dentro de esta cuota de mercado semejante. Destacar la fuerte posición del Rioja en comparación con las otras denominaciones de origen españolas analizadas, que cuentan con unas cuotas de mercado mundial que no superan el 0,2%. Hacer también referencia al vino de la región de Burdeos que es la única región analizada que supera el 7% de la cuota de mercado a pesar de haber sufrido una caída de sus ventas en valor de más de medio punto porcentual en tan solo un año (8,05% en 2015; 7,53% en 2016).

Si lo que se tiene en cuenta son las ventas en volumen se observa en el cuadro 3 que los vinos Rioja cuentan con la segunda mayor cuota de mercado en cuanto a regiones analizadas, concretamente un 2,59% del total de vino envasado vendido pertenece a la DOCa Rioja, tan solo por detrás del vino producido en la región de Burdeos (3,67%) en la que se muestra una clara diferencia en cuanto a cuota de mercado si se tiene en cuenta las ventas en volumen o en valor. En este caso, el vino Rioja también se posiciona muy por encima de las restantes denominaciones de origen españolas analizadas con un total de 97 millones de litros vendidos. Nueva Zelanda (106 mill. l.) y, de nuevo, Portugal (97 mill. l.) y Sudáfrica (102 mill. l.) se posicionarían como los principales competidores con una cuota similar a la del Rioja.

Buscando analizar conjuntamente las ventas en volumen y las ventas en valor, a continuación, se tendrá en cuenta como variable los euros por litro. En ese caso en 2016 el Rioja se vendió a 4,39 euros el litro, 11 céntimos superior a 2015. Con un precio por litro similar se encuentran los vinos de las regiones de Beaujolais (4,85€/l), Véneto (4,23€/l) y Trentino (4,01€/l) y de los países de Australia (4,20€/l), Estados Unidos (4,66€/l) y Argentina (4,07€/l). Respecto a los vinos españoles analizados, destacar que el Rioja es el que se vende a un mayor precio el litro, aunque merece la pena mencionar el incremento en el precio respecto a 2015 en un 72% del vino con DOCa Penedés que pasa de vender el litro de 2,25 euros en 2015 a 3,87 euros en 2016.

En conjunto, el precio por litro del vino con DOCa Rioja crece en un 2,78%. Este crecimiento se debe a un incremento de las ventas en valor de un 2,45% y a una

disminución del volumen vendido en 0,32%. Es decir, en comparación con 2015 en 2016 se vendió menos vino Rioja a un precio mayor. Por el lado del valor, las conclusiones son positivas ya que las ventas del Rioja crecieron más de un 2% por encima de la media de los 12 mercados analizados. Sin embargo, por el lado del volumen, las ventas decrecieron a pesar de que en el conjunto del mercado aumentaron. Por último, hacer referencia a que el precio medio del vino vendido en el conjunto de países analizados se mantiene de 2015 a 2016 en 3,61 euros por litro ya que tanto en términos de volumen como de valor el mercado aumenta sus ventas en un 0,38%.

CUADRO 3. Exportaciones a los 12 principales mercados del vino DOCa Rioja en 2016

		Millones de euros			Millones de litros			Euros/litro	
		2016	cuota 2016	var 15-16	2016	cuota 2016	var 15-16	2016	var 15-16
Francia	Burdeos	1027,58	7,53%	-6,15%	138,88	3,67%	0,65%	7,40	-6,76%
	Borgoña	510,14	3,74%	5,01%	41,27	1,09%	2,05%	12,36	2,90%
	Valle del Loira	181,42	1,33%	4,70%	30,61	0,81%	4,00%	5,93	0,67%
	Languedoc-R	132,64	0,97%	6,63%	34,21	0,90%	-5,54%	3,88	12,89%
	Beaujolais	67,02	0,49%	4,16%	13,82	0,36%	0,39%	4,85	3,75%
	Resto Francia	1654,33	12,12%	3,37%	597,83	15,79%	2,35%	2,77	0,99%
	Toscana	452,11	3,31%	-3,71%	72,70	1,92%	-5,57%	6,22	1,97%
Italia	Veneto	293,51	2,15%	-1,64%	69,36	1,83%	-8,53%	4,23	7,53%
	Trentino-AD-F	194,81	1,43%	45,36%	48,53	1,28%	37,18%	4,01	5,96%
	Piamonte	191,03	1,40%	2,97%	21,98	0,58%	-5,63%	8,69	9,12%
	Resto Italia	2051,25	15,02%	-3,44%	737,14	19,47%	-5,89%	2,78	2,61%
España	Rioja	428,52	3,14%	2,45%	97,52	2,58%	-0,32%	4,39	2,78%
	Penedés	9,49	0,07%	-3,75%	2,45	0,06%	-43,93%	3,87	71,66%
	Navarra	21,05	0,15%	-10,84%	8,60	0,23%	-11,54%	2,45	0,80%
	Valdepeñas	22,24	0,16%	-5,47%	11,99	0,32%	-3,65%	1,86	-1,89%
	Resto España	775,85	5,68%	1,63%	363,91	9,61%	4,16%	2,13	-2,43%
Chile		918,63	6,73%	2,17%	293,17	7,74%	4,93%	3,13	-2,64%
Nueva Zelanda		650,89	4,77%	2,68%	105,99	2,80%	9,56%	6,14	-6,28%
Alemania		471,44	3,45%	-1,54%	179,71	4,75%	2,79%	2,62	-4,21%
Australia		1173,42	8,59%	4,20%	279,31	7,38%	5,83%	4,20	-1,54%
EEUU		645,38	4,73%	-4,00%	138,53	3,66%	-4,79%	4,66	0,83%
Portugal		363,65	2,66%	-1,33%	96,86	2,56%	2,64%	3,75	-3,87%
Suáfrica		303,47	2,22%	-6,07%	101,58	2,68%	-3,81%	2,99	-2,35%
Argentina		555,78	4,07%	-0,18%	136,51	3,60%	-0,41%	4,07	0,23%
Resto import		557,83	4,09%	1,49%	164,45	4,34%	-0,06%	3,39	1,55%

Fuente: Elaboración propia con datos del Observatorio Español del Mercado del Vino (OeVM).

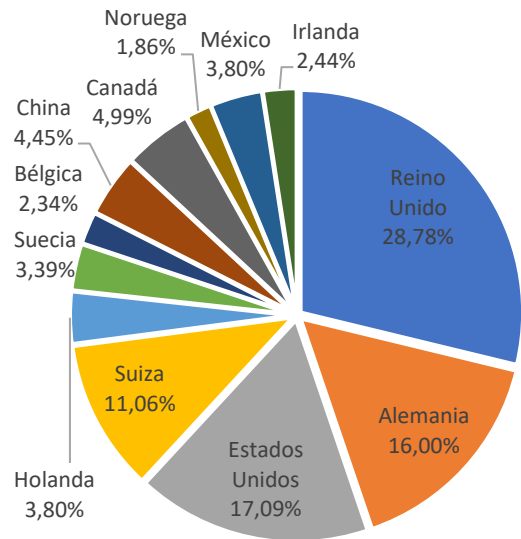
Una vez analizadas las ventas totales en los 12 principales mercados de destino del vino con DOCa Rioja se analizará en qué proporción es este vino exportado a cada uno de ellos. Estos 12 mercados *“representan el 85,1% de las ventas exteriores del Rioja*

en euros y el 83,6% en litros en 2016”³. Entre ellos destaca Reino Unido que en este mismo año supuso el 28,78% en valor y el 36,85% en volumen sobre el total de exportaciones de Rioja realizadas a estos 12 destinos (gráficos 19 y 20). En valor le seguiría Estados Unidos (17,09%) y Alemania (16%). En cambio, en volumen el país alemán y el estadounidense se tornarían las posiciones contando con una cuota sobre el total de estos 12 mercados de 19,83% y 11,87% respectivamente. En este caso se evidencia la gran diferencia existente en el precio del producto en ambos mercados. Así, el precio medio del vino Rioja en Estados Unidos se sitúa en 6,33€ el litro mientras que en Alemania el precio es de 3,53€ el litro siendo este el segundo precio medio más bajo al que se importa el vino Rioja dentro de estos 12 mercados, tan solo por detrás de Reino Unido (3,43€ el litro). Como principal comprador de vino Rioja también destaca Suiza que realiza el 11,06% en valor y el 6,21% en volumen del total de exportaciones de Rioja en los países analizados. En Suiza se han de destacar dos características de gran relevancia. En primer lugar, este es el país en el que se vende vino Rioja a un mayor precio, concretamente a 7,82€ el litro. En segundo lugar, Suiza ha presentado una variación interanual de las exportaciones en valor respecto a 2015 de un 33,07%, a la vez que una caída en volumen de las ventas en este país de un 1,31%, lo que se ve reflejado en una subida del precio medio por litro de 2,02€ respecto de 2015. El conjunto de estos cuatro principales destinos del vino Rioja representan un 72,93% en valor y un 74,86% en volumen del total de vino exportado a sus 12 principales mercados. Por ello, se puede afirmar que el vino con DOCa Rioja tiene una demanda altamente concentrada.

Destacar así mismo la caída respecto a 2015 de las exportaciones en Bélgica tanto en valor (10,09%) como en volumen (9,45%). La situación inversa se produce en China, Irlanda y Canadá dónde el vino Rioja gana cuota de mercado aumentando las exportaciones en un 22,90% en valor y un 22,52% en volumen en China, en un 15,53% en valor y un 13,00% en volumen en Irlanda y en un 12,28% en valor y 13,12% en volumen en Canadá (gráfico 22).

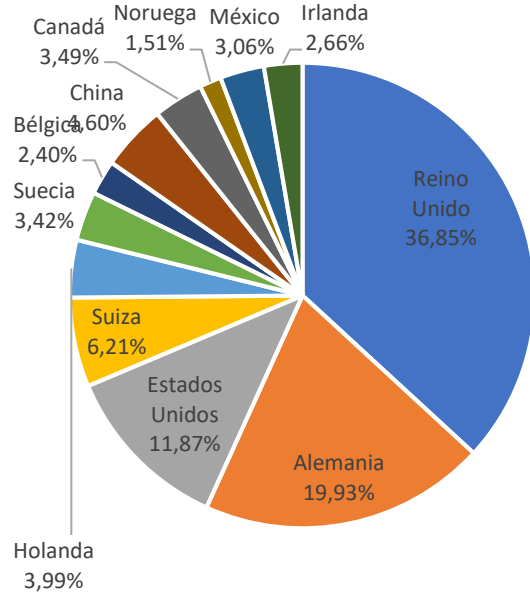
³ OBSEVATORIO ESPAÑOL DEL MERCADO DEL VINO (2017): “Exportaciones año 2016”

GRÁFICO 19. Reparto de ventas en los 12 principales mercados del DOCa Rioja en 2016 (en valor)



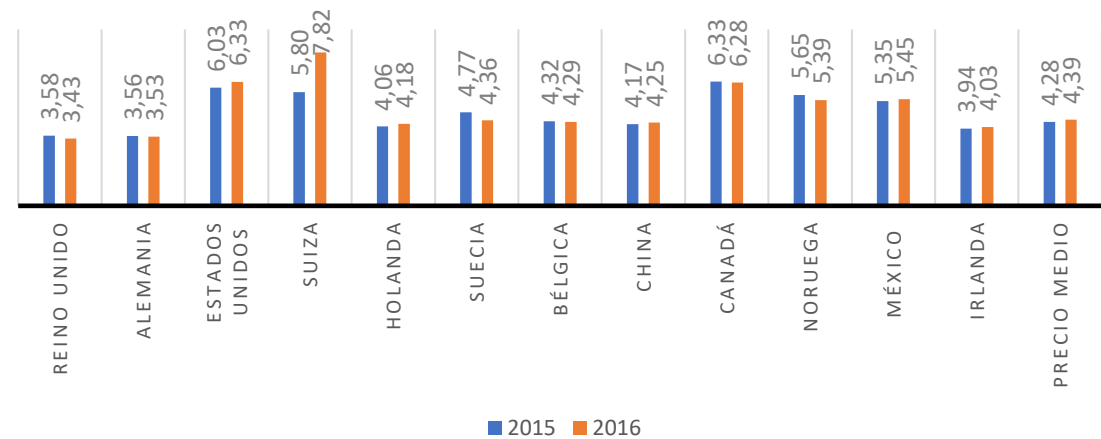
Fuente: Elaboración propia con datos del Observatorio Español del Mercado del Vino (OeVM).

GRÁFICO 20. Reparto de ventas en los 12 principales mercados del DOCa Rioja en 2016 (en volumen)



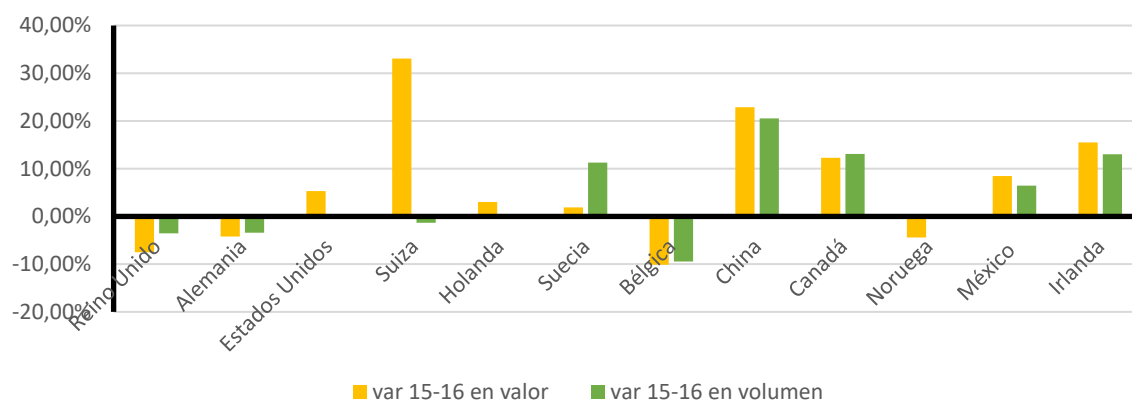
Fuente: Elaboración propia con datos del Observatorio Español del Mercado del Vino (OeVM).

GRÁFICO 21. Precio medio del vino DOCa Rioja exportado en €/l



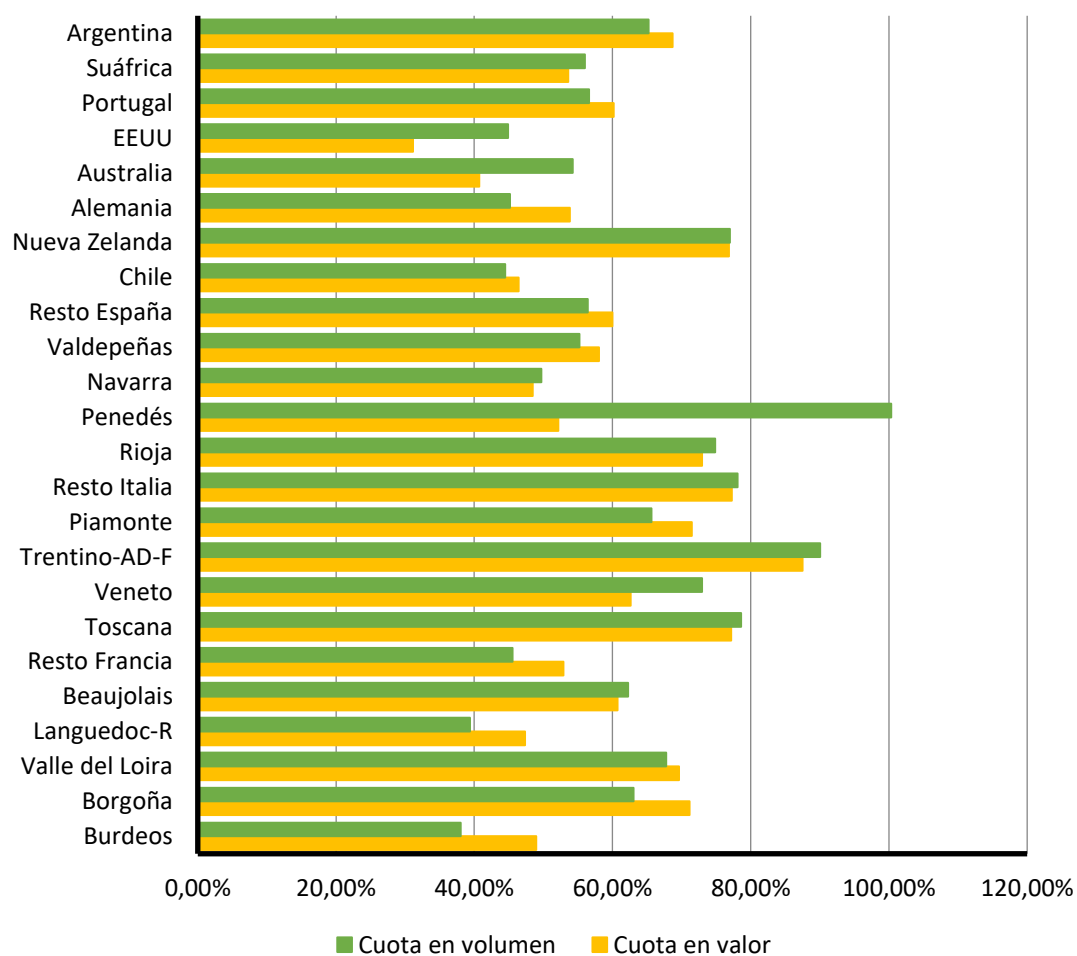
Fuente: Elaboración propia con datos del Observatorio Español del Mercado del Vino (OeVM).

GRÁFICO 22. Variación en volumen y en valor de las exportaciones de DOCa Rioja



Fuente: Elaboración propia con datos del Observatorio Español del Mercado del Vino (OeVM).

GRÁFICO 23. Proporción exportada a Reino Unido, Alemania, Estados Unidos y Suiza sobre el total de exportaciones realizadas a los 12 principales mercados del Rioja.



Fuente: Elaboración propia con datos del Observatorio Español del Mercado del Vino (OeVM).

De este último análisis se puede concluir que los 4 principales países importadores de vino Rioja son Reino Unido, Alemania, Estados Unidos y Suiza. Es por ello por lo que a continuación se analizará la estructura de cada uno de estos mercados individualmente para así poder identificar la posición del Rioja respecto a sus principales competidores en cada uno de sus 4 principales mercados.

5.2 Importaciones de vino realizadas por Reino Unido.⁴

Como principal importador del vino Rioja, Reino Unido realiza, como ya se ha comentado anteriormente el 28,78% en valor y el 36,85% en volumen sobre el total de exportaciones de Rioja a los 12 mercados analizados. Sin embargo, este volumen de ventas tan solo supone el 5,51% en valor y el 4,86% en volumen del total de importaciones realizadas por el país anglosajón. Esto evidencia la gran cantidad de vino que importa Reino Unido mundialmente. Francia se posiciona como su principal vendedor de vino en valor (26,95%) e Italia en volumen (22,22%). La región vitivinícola que cuenta con una mayor cuota de mercado en términos de valor es Burdeos con un total de 147,19 millones de litros exportados en 2016, lo que representa el 6,58% del total de la cuota de mercado. De estos 147,19 millones de litros, 15,26 millones de litros son vinos blancos mientras que lo restante pertenece a vinos tintos y rosados. Esta última tipología de vinos ha sufrido una fuerte caída de las ventas en este país respecto a 2015 (variación interanual de -28,83%) lo que origina que las ventas totales del vino Burdeos en este país hayan sufrido una variación negativa de un 26,43% respecto al periodo anterior. En volumen el vino regional que cuenta con una mayor cuota de mercado es precisamente el vino Rioja (4,86%). El país británico importa un total de 35,93 millones de litros de vino Rioja, siendo 32,99 millones de litros vino tinto y rosado y lo restante vino blanco. Respecto a 2015 el vino Rioja ha sufrido una caída en el volumen de sus exportaciones en Reino Unido de un total de 3,57%. Concretamente, en vinos tintos y rosados las importaciones han descendido en un 6,87% mientras que en blancos han aumentado en un 59,59%. Respecto a los precios es el vino tinto y rosado de la región de Borgoña el que se vende a un precio superior en Reino Unido (26,15€/l). El vino Rioja es vendido a 3,43€/l, un 13,55% por encima de la media de los envasados de los 11 exportadores. Con precios similares se encuentran el vino de la región de Languedoc (3,31€/l) y de los países de Argentina (3,54€/l), Australia (3,18€/l) y Estados Unidos (3,05€/l).

⁴ ANEXO 1. Importaciones de Reino Unido en 2016

Merece la pena comentar la situación del mercado británico de cara al futuro. Por un lado, su retirada de la Unión Europea crea un clima de incertidumbre respecto a las cuestiones arancelarias venideras. Pese a que en un principio en el borrador del acuerdo transitorio de retirada de Reino Unido de la Unión Europea se establece y se aboga por la continuación del mercado único y la unión aduanera todavía dicho acuerdo está por negociar. Por otro lado, las fluctuaciones que esta decisión originó en la libra esterlina afectan directamente al comercio internacional.

5.3 Importaciones de vino realizadas por Alemania.⁵

En 2016 Alemania importó un total de 626,89 millones de litros de todo el mundo, de los cuales 19,44 son DOCa Rioja, es decir, un 3,10% del total. Estos datos equivalen a 1.624 millones de euros, de los que 68,56 millones son de vino Rioja (4,10% del total) lo que indica que el vino Rioja se vende a un precio superior que el de la media del mercado alemán (3,53€/l frente a 2,67€/l de media en 2016). Asimismo, con estas cifras el vino Rioja se sitúa como uno de los principales exportadores regionales en el mercado alemán. En volumen tan solo es superado en cifras por la región del Véneto, que cuenta con una cuota de mercado del 2,81%. En valor, su posición se encuentra más relegada estableciéndose por detrás de los vinos de la región de la Toscana (5,66% de la cuota de mercado), de Burdeos (5,24%) y del Véneto (4,71%). Sin embargo, cabe a destacar que los vinos de estas regiones han sufrido unas variaciones negativas en las ventas en Alemania respecto a 2015 mucho más altas que las del vino Rioja. Así, el vino DOCa Rioja ha descendido las ventas en un 4,23% en valor y 3,43% en volumen mientras que la Toscana cuenta con unas variaciones de -7,41% y -11,57% respectivamente, Burdeos de -20,63% y -19,15% y el Véneto de -6,14% y -14,67%. Por países es Italia el que cuenta con una mayor penetración en el mercado. De ese modo, el 45,19% en valor y el 45,49% en volumen de los vinos importados en Alemania son italianos. Por precio, son los vinos franceses de Languedoc-Rosellón (3,49€/l) y Beaujolais (3,68€/l) los que se venden a un precio similar al DOCa Rioja (3,53€/l).

⁵ ANEXO 2. Importaciones de Alemania en 2016

5.4 Importaciones de vino realizadas por Estados Unidos⁶

Como segundo principal importador de vino Rioja en valor en 2016, Estados Unidos compra un total de 11,58 millones de litros de este vino (0,43 mill. de l. de tipo blanco y 11,15 mill. de l. de tipo tinto y rosado) con un valor de 73,24 millones de euros (2,19 mill. de € de vino blanco y 71,05 mill. de € de vino tinto y rosado). Esto supone una cuota de mercado de un 2,10% en valor y un 1,56% en volumen. En volumen las principales regiones exportadoras a Estados Unidos serían la región de Burdeos con una cuota de mercado de un 5,56%, la región de la Toscana (5,41%) y la región de Borgoña (5,12%). Por países, volvería a ser Italia el principal exportador de vino tanto en valor (30,34%) como en volumen (33,69%). Respecto a las compras medidas en valor, la situación resulta similar con la excepción del vino de Trentino que alcanza una cuota de un 3,08% en contraposición del vino Borgoña que en este caso cuenta con una cuota de un 1,51%. Cabe a destacar que países que no son tradicionalmente exportadores ganan en cuota de mercado a España, como es el caso de Argentina, Australia y Nueva Zelanda. En Estados Unidos, el vino Rioja se vende a un precio superior que en los mercados anteriormente comentados (6,33€/l) siendo este un 34,23% superior a la media de los envasados de los 11 exportadores.

5.5 Importaciones de vino realizadas por Suiza⁷

Finalmente, en Suiza tanto el volumen como el valor del vino Rioja en cantidades absolutas son notablemente menores que en el resto de los países analizados (47,40 millones de euros y 6,06 millones de litros). Sin embargo, dichas cifras suponen unas cuotas de mercado muy positivas para el vino Rioja. En valor el 6,57% de las importaciones realizadas por Suiza son de vino Rioja que, comparándolo con otras regiones, tan solo se sitúa por detrás del vino de la región de Burdeos (10,31%). En volumen, la cuota del Rioja se establece en 5,76%, tan solo por detrás de los vinos de la región del Véneto. Destacar de nuevo el fuerte incremento de valor que han sufrido los vinos Rioja en este mercado (precio medio por litro de 5,80€/l a 7,82€/l). Dicho incremento de precio es todavía mayor si solo se tiene en cuenta los vinos tintos y rosado que pasan de venderse a un precio medio de 5,82€/l en 2015 a 7,90 en 2016 mientras que los vinos blancos reducen su valor (de 4,97€/l a 4,09€/l).

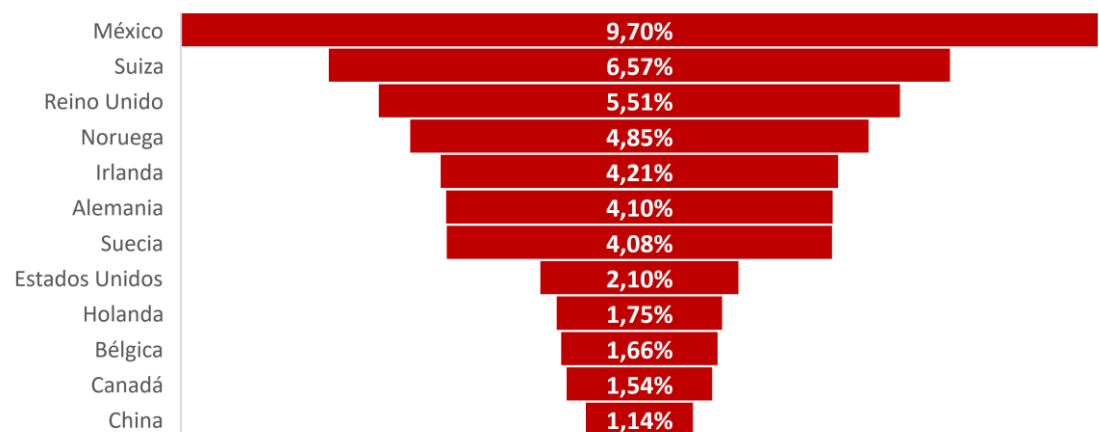
⁶ ANEXO 3. Importaciones de Estados Unidos en 2016

⁷ ANEXO 4. Importaciones de Suiza en 2016

5.6 Cuota del vino con DOCa Rioja en los 12 principales mercados

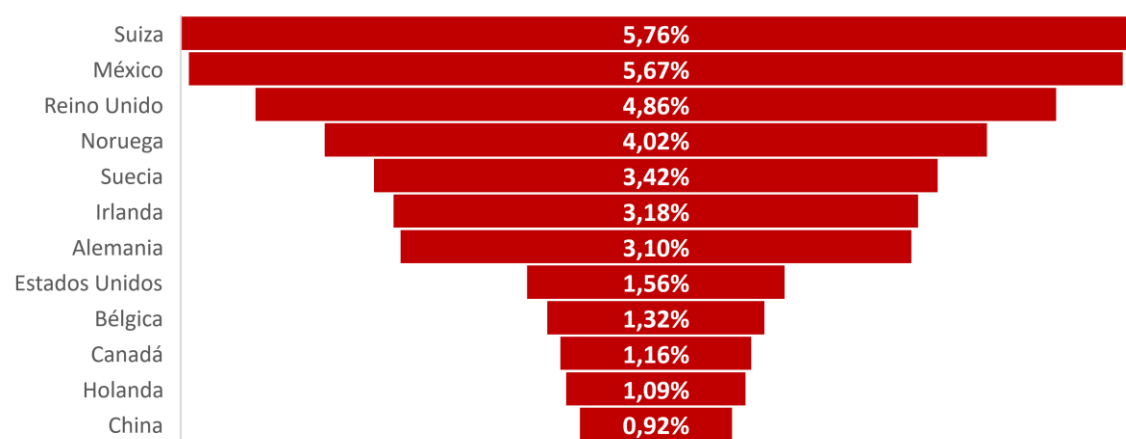
Como se ha podido comprobar, un gran volumen de exportaciones en vino Rioja no tiene por qué ir acompañado de una mayor participación en la cuota de mercado. Mientras que a México se exporta el 3,8% en valor y el 3,06% en volumen del total de exportaciones a los 12 principales mercados del Rioja, es en este país donde este vino cuenta con una mayor presencia en valor (cuota de mercado de 9,7%). En volumen, es en Suiza donde el Rioja representa una mayor cuota de mercado (5,76%), seguido de México 5,67%. Tanto en valor como en volumen en tercer y cuarto puesto se encuentran Reino Unido y Noruega.

GRÁFICO 24. Cuota de mercado del vino DOCa Rioja en valor en 2016



Fuente: Elaboración propia con datos del Observatorio Español del Mercado del Vino (OeVM).

GRÁFICO 25. Cuota de mercado del vino DOCa Rioja en volumen en 2016



Fuente: Elaboración propia con datos del Observatorio Español del Mercado del Vino (OeVM).

6. CONCLUSIONES

Pese a los cambios producidos en el mercado mundial del vino, la importancia que el vino con DOCa Rioja tiene tanto a nivel nacional como internacional resulta innegable. Este vino representó en 2016 casi el 2,7% del total de las exportaciones de vino mundiales. Sin embargo, el mercado mundial cada vez es más dinámico y las fronteras son cada vez más amplias. Esto, unido a la aparición de nuevos países productores de vino provocan que el entorno internacional cada vez sea más competitivo. Es por ello por lo que la innovación, sin prescindir del carácter tradicional que identifica a la Marca Rioja, será fundamental en los próximos años para conservar la cuota de mercado mundial que actualmente posee el vino con DOCa Rioja.

No cabe duda de que, a nivel nacional, el vino riojano juega un papel crucial. Pese a que en la demanda interior parece que durante los últimos años otras denominaciones de origen como Ribera de Duero o Rueda están cobrando gran importancia, el vino Rioja sigue liderando tanto las ventas exteriores como interiores. La posición en el mercado ya alcanzada de este último vino en cuanto a excelente relación calidad/ precio le otorga una gran ventaja competitiva que no ha de perderse.

En lo que respecta a las ventas internacionales del vino Rioja, es un mundo lo que está por venir. Mientras que los países tradicionalmente productores cada vez reducen más su consumo de vino, nuevos países entran en el escenario mundial como consumidores y como competidores. Es con la entrada del siglo XXI cuando más fuerza empiezan a cobrar los países asiáticos, americanos e incluso africanos como potenciales compradores de vino Rioja. En este contexto, es cuando se ha de tener en cuenta que la ampliación de fronteras implica la diversidad de culturas y, con ello, en numerosas ocasiones conlleva la adaptación de un producto a la demanda. De este modo, será un factor clave para el éxito del Rioja el estudio de cómo hacer llegar esa calificación de excelente relación calidad/precio a todos los potenciales mercados.

Todo ello sin que quede en el olvido los que hoy en día son los principales mercados importadores de vino Rioja, dentro de los que destacan Reino Unido, Alemania, Estados Unidos y Suiza. En estos mercados preocupa la posible paulatina caída de las ventas por la entrada de nuevos competidores. Es por ello por lo que estrategias de diferenciación como la de los vinos ecológicos o la potencialización de otras clases de

productos como el vino blanco, no tan tradicionalmente consumido en estos mercados, cobran cada vez más relevancia entre las bodegas riojanas.

Lo que es un hecho es que en La Rioja el vino no solo es un producto, sino que es cultura y el cuidado de este sector va directamente ligado con el bienestar de la población. Tanto el pasado, como el presente y el futuro de esta región se escriben con tinta de vino por lo que este producto se ha de preservar y analizar con todo el cuidado y el rigor que se merece.

7. BIBLIOGRAFÍA

OBSEVATORIO ESPAÑOL DEL MERCADO DEL VINO (2015): “Exportaciones de Rioja a los principales destinos mundiales”

OBSEVATORIO ESPAÑOL DEL MERCADO DEL VINO (2017): “Exportaciones año 2016”

Barco Royo, E. (2018): “Análisis de un sector: Rioja 4.0”

Datacomex: Estadísticas del comercio exterior < <http://datacomex.comercio.es/> >

Anderson, K, Nelgen, S, and Pinilla, V (2017): “Global wine markets, 1860 to 2016: a statistical compendium. “Adelaide: University of Adelaide Press. <<https://doi.org/10.20851/global-wine-markets>>

CR DOCa RIOJA: Página oficial del Consejo Regulador de DOCa Rioja < <https://es.riojawine.com/es/> >

ORGANIZACIÓN INTERNACIONAL DE LA VIÑA Y EL VINO (OIV) (2017) “Aspectos de la coyuntura mundial” < <http://www.oiv.int/public/medias/5288/oiv-noteconjmars2017-es.pdf> >

VINETUR, La revista digital del vino (2018). “Las 7 previsiones para el mercado del vino español en 2018” < <https://www.vinetur.com/2018011145914/las-7-previsiones-para-el-mercado-del-vino-espanol-en-2018/pagina2.html> >

TURISMO DE VINO (2018) “Países que más vino consumen en Europa y en el mundo” <<https://turismodevino.com/blog/paises-con-mayor-consumo-de-vino-en-el-mundo/> >

LOS VINOS DEL MUNDO (2008) < <http://www.losvinosdelmundo.com/esp/paises> >

UVINUM, tienda online de vino (2016) < <https://www.uvinum.es/denominaciones> >

CATA DEL VINO, Blog del vino España (2014). “El sistema de denominaciones de origen en del Vino en Italia: DOC, DOCG e IGT” < <http://www.catadelvino.com/blog-cata-vino/el-sistema-de-denominaciones-de-origen-del-vino-en-italia-doc-docg-e-igt> >

VINOS D.O. NAVARRA: Página oficial de los vinos con D.O. Navarra < <https://www.navarrawine.com/> >

VALDEPEÑAS DENOMINACIÓN DE ORIGEN: Página oficial de los vinos con D.O. Valdepeñas < <http://vinosvaldepenas.com/> >

CR DOCa PRIORATO: Página oficial del Consejo Regulador de DOCa Priorato <
<https://www.doqpriorat.org/es/> >

MINISTERIO DE AGRICULTURA Y PESCA, ALIMENTACIÓN Y MEDIO AMBIENTE: Página oficial del Ministerio de Agricultura y Pesca <
<http://www.mapama.gob.es/es/cartografia-y-sig/ide/descargas/alimentacion/calidad-diferenciada.aspx> >

BLOG VIVANCO (2015): “Las Denominaciones de Origen en España” <
<https://vivancoculturadevino.es/blog/2015/04/23/denominaciones-origen-vino-espana/>>

EL PERIÓDICO DE ARAGÓN (2017): “La denominación de origen no se puede registrar como marca de vino según la UE” <
http://www.elperiodicodearagon.com/noticias/economia/denominacion-origen-no-puede-registrar-marca-vino-ue_1179680.html >

INFOCURIA – JURISPRUDENCIA DEL TRIBUNAL DE JUSTICIA (2017): “Sentencia del Tribunal General de 9 de febrero de 2017 en el asunto T-696/15” <
<http://curia.europa.eu/juris/document/document.jsf?text=&docid=187691&pageIndex=0&doclang=ES&mode=lst&dir=&occ=first&part=1&cid=162347> >

REVISTA CAPITAL (2014): “Marcas y denominaciones de origen (Nuria Marcos, directora de Pons)” <
<http://capital.es/2014/09/marcas-y-denominaciones-de-origen-nuria-marcos-directora-de-pons/> >

COMISIÓN EUROPEA (2017): “JOINT COMMUNIQUÉ of the Directorate General for Agriculture and Rural Development of the European Commission and of the Ministry of Commerce of the People’s Republic of China on the negotiation of the Agreement on Cooperation on, and Protection of, Geographical Indications” <
<https://ec.europa.eu/agriculture/sites/agriculture/files/newsroom/2017-06-02-joint-comm.pdf>>

COMISIÓN EUROPEA (2017): “Cien indicaciones geográficas europeas en liza para obtener protección en China” <
http://europa.eu/rapid/press-release_IP-17-1507_es.htm>

COMISIÓN EUROPEA (2017): “List of EU Geographical Indications” <
<https://ec.europa.eu/agriculture/sites/agriculture/files/newsroom/2017-06-02-gis.pdf>>

COMISIÓN EUROPEA (2017): “El AECG explicado: Nuevas oportunidades para su empresa” <
http://ec.europa.eu/trade/policy/in-focus/ceta/ceta-explained/index_es.htm>

COMISIÓN EUROPEA (2017): “EU – CANADÁ: ACUERDO ECONÓMICO Y COMERCIAL GLOBAL” <
http://ec.europa.eu/trade/policy/in-focus/ceta/index_es.htm>

EL PAÍS (2018): “España lidera la exportación mundial del vino con precios muy bajos” <
https://elpais.com/economia/2018/04/08/actualidad/1523207726_232916.html>

CR DOCa RIOJA (2017): “La D.O.Ca. Rioja incrementa el valor de sus ventas en 2016 y consolida el récord alcanzado el año anterior”

EUR-Lex: El derecho de la UE (2000): “SENTENCIA DE 16.5.2000 — ASUNTO C-388/95 SENTENCIA DEL TRIBUNAL DE JUSTICIA de 16 de mayo de 2000”.

Elgar, E. (2004): “The World’s Wine Markets: Globalization at Work.”

INSTITUTO ESPAÑOL DEL COMERCIO DEL MERCADO EXTERIOR (ICEX)
(2016): “El mercado del vino en Italia”

REVISTA VIVIRELVINO: “DOCa Rioja” <
[http://www.vivirelvino.com/index2.php?page=shop.browse&category_id=3&vmcchk=1
&option=com_virtuemart&Itemid=160&pop=1&tmpl=component](http://www.vivirelvino.com/index2.php?page=shop.browse&category_id=3&vmcchk=1&option=com_virtuemart&Itemid=160&pop=1&tmpl=component) >

ABRILABOGADOS (2012): “Denominaciones de Origen: Una marca para cualquier
denominación de
origen”<http://www.abrilabogados.com/imaxes/pub/pre/608e_vinos.pdf >

INTEREMPRESAS.NET (2013): “Los vinos en recipientes entre 2 y 10 litros no se
considerarán a granel” < [http://www.interempresas.net/Vitivinicola/Articulos/116482-
Los-vinos-en-recipientes-de-entre-2-y-10-litros-no-se-consideraran-a-granel.html](http://www.interempresas.net/Vitivinicola/Articulos/116482-Los-vinos-en-recipientes-de-entre-2-y-10-litros-no-se-consideraran-a-granel.html) >

8. ANEXOS

ANEXO 1. Importaciones de Reino Unido en 2016

		Millones de euros			Millones de litros			Euros/litro		
		2016	cuota 2016	var 15- 16	2016	cuota 2016	var 15- 16	2016	Cuota 2016	Var 15- 16
Francia	Burdeos	147,19	6,58%	-26,43%	16,45	2,22%	-8,40%	8,95	296,00%	-19,68%
	Blanco	15,26	0,68%	3,81%	2,77	0,37%	-5,16%	5,50	181,99%	9,46%
	Tinto y rosado	131,93	5,90%	-28,83%	13,68	1,85%	-9,04%	9,65	319,12%	-21,76%
	Borgoña	126,50	5,66%	9,75%	11,59	1,57%	5,54%	10,91	360,93%	3,99%
	Blanco	85,16	3,81%	8,03%	10,01	1,35%	4,97%	8,50	281,33%	2,92%
	Tinto y rosado	41,34	1,85%	13,47%	1,58	0,21%	9,29%	26,15	865,27%	3,82%
	Valle del Loira	41,23	1,84%	9,25%	9,13	1,23%	14,91%	4,51	149,33%	-4,93%
	Blanco	36,06	1,61%	11,40%	8,02	1,08%	19,98%	4,50	148,77%	-7,15%
	Tinto y rosado	5,17	0,23%	-3,73%	1,12	0,15%	-11,82%	4,64	153,36%	9,17%
	Languedoc-R	10,75	0,48%	-5,61%	3,25	0,44%	-17,92%	3,31	109,35%	15,01%
	Tinto y rosado									
	Beaujolais	13,32	0,60%	4,64%	3,33	0,45%	-6,64%	3,99	132,16%	12,08%
	Tinto y rosado									
	Resto Francia	263,69	11,79%	-2,92%	104,05	14,06%	-8,63%	2,53	83,84%	6,25%
Italia	Toscana	35,44	1,58%	3,87%	7,14	0,96%	3,53%	4,97	164,28%	0,32%
	Blanco	0,86	0,04%	-14,28%	0,12	0,02%	-30,78%	7,25	239,90%	23,84%
	Tinto y rosado	34,58	1,55%	4,42%	7,02	0,95%	4,41%	4,93	162,99%	0,01%
	Veneto	27,52	1,23%	1,30%	10,75	1,45%	1,74%	2,56	84,70%	-0,44%
	Blanco	14,48	0,65%	2,73%	8,71	1,18%	10,43%	1,66	55,01%	-6,97%
	Tinto y rosado	13,04	0,58%	-0,25%	2,04	0,28%	-23,81%	6,39	211,25%	30,93%
	Trentino-AD-F	13,15	0,59%	4,93%	4,40	0,60%	10,14%	2,99	98,78%	-4,73%
	Blanco	12,65	0,57%	5,91%	4,31	0,58%	10,91%	2,94	97,11%	-4,51%
	Tinto y rosado	0,50	0,02%	-14,87%	0,09	0,01%	-16,30%	5,28	174,56%	1,71%
	Piamonte	21,39	0,96%	10,09%	2,40	0,32%	-20,83%	8,90	294,41%	39,06%
	Tinto y rosado									
	Resto Italia	255,70	11,43%	-22,58%	139,71	18,88%	-23,28%	1,83	60,55%	0,91%
España	Rioja	123,34	5,51%	-7,51%	35,93	4,86%	-3,57%	3,43	113,55%	-4,08%
	Blanco	6,21	0,28%	17,32%	2,95	0,40%	59,59%	2,11	69,73%	-26,49%
	Tinto y rosado	117,13	5,24%	-8,53%	32,99	4,46%	-6,87%	3,55	117,47%	-1,79%
	Penedés	0,30	0,01%	20,53%	0,05	0,01%	7,40%	6,36	210,45%	12,22%
	Blanco	0,12	0,01%	12,03%	0,03	0,00%	8,57%	4,91	162,55%	3,18%
	Tinto y rosado	0,18	0,01%	27,17%	0,02	0,00%	6,11%	7,98	264,10%	19,85%
	Navarra Tinto y rosado	2,96	0,13%	-6,23%	1,56	0,21%	-14,43%	1,89	62,58%	9,58%
	Valdepeñas	4,10	0,18%	-16,48%	2,72	0,37%	-18,87%	1,51	49,91%	2,95%
	Tinto y rosado									
	Resto España	125,83	5,63%	-8,28%	73,02	9,87%	-12,02%	1,72	57,01%	4,25%
Alemania		129,64	5,80%	-12,40%	56,83	7,68%	-9,13%	2,28	75,47%	-3,59%
Argentina		78,05	3,49%	9,98%	22,03	2,98%	15,94%	3,54	117,22%	-5,14%
Australia		124,14	5,55%	-4,94%	39,06	5,28%	4,79%	3,18	105,16%	-9,28%
Chile		175,07	7,83%	-8,48%	58,95	7,97%	2,54%	2,97	98,25%	-10,74%
EEUU		110,17	4,93%	-15,87%	36,12	4,88%	-11,22%	3,05	100,90%	-5,23%
Nueva Zelanda		195,23	8,73%	-8,18%	36,97	5,00%	9,62%	5,28	174,72%	-16,24%
Portugal		69,46	3,11%	-6,76%	16,84	2,28%	4,25%	4,12	136,43%	-10,56%
Sudáfrica		67,16	3,00%	-12,95%	27,14	3,67%	-9,58%	2,47	81,85%	-3,73%
Resto envasados		75,08	3,36%	-6,24%	20,43	2,76%	-1,95%	3,68	121,61%	-4,38%
Total		2236,42	100,00%	-9,36%	739,87	100,00%	-8,44%	3,02	100,00%	-1,00%

ANEXO 2. Importaciones de Alemania en 2016.

		Millones de euros			Millones de litros			Euros/litro		
		2016	cuota 2016	var 15-16	2016	cuota 2016	var 15-16	2016	cuota 2016	Var 15- 16
Francia	Burdeos	87,66	5,24%	-20,63%	13,95	2,22%	-19,15%	6,29	235,37%	-1,83%
	Blanco	6,91	0,41%	-15,02%	1,67	0,27%	-13,98%	4,14	155,01%	-1,22%
	Tinto y rosado	80,75	4,82%	-21,08%	12,28	1,96%	-19,81%	6,58	246,30%	-1,58%
	Borgoña	23,35	1,39%	-7,44%	2,11	0,34%	-7,69%	11,05	413,75%	0,27%
	Blanco	16,23	0,97%	-6,32%	1,83	0,29%	-3,49%	8,85	331,28%	-2,94%
	Tinto y rosado	7,12	0,43%	-9,88%	0,28	0,04%	-28,25%	25,56	957,02%	25,61%
	Valle del Loira	11,50	0,69%	-15,87%	1,84	0,29%	-15,18%	6,24	233,60%	-0,81%
	Blanco	8,60	0,51%	-20,46%	1,20	0,19%	-22,82%	7,15	267,90%	3,07%
	Tinto y rosado	2,89	0,17%	1,53%	0,64	0,10%	4,18%	4,52	169,20%	-2,54%
	Languedoc-R	15,54	0,93%	-7,93%	4,46	0,71%	-14,99%	3,49	130,62%	8,29%
	Tinto y rosado									
	Beaujolais	2,03	0,12%	1,42%	0,54	0,09%	-1,41%	3,79	141,85%	2,87%
	Tinto y rosado									
	Resto Francia	226,02	13,50%	1,98%	86,35	13,77%	2,92%	2,62	98,01%	-0,91%
Italia	Toscana	94,75	5,66%	-7,41%	17,63	2,81%	-11,57%	5,37	201,21%	4,70%
	Blanco	6,86	0,41%	20,48%	1,31	0,21%	8,45%	5,22	195,54%	11,10%
	Tinto y rosado	87,89	5,25%	-9,06%	16,32	2,60%	-12,86%	5,39	201,66%	4,37%
	Veneto	78,87	4,71%	-6,14%	26,74	4,27%	-14,67%	2,95	110,44%	10,00%
	Blanco	40,08	2,39%	-2,65%	16,38	2,61%	-12,96%	2,45	91,61%	11,84%
	Tinto y rosado	38,79	2,32%	-9,49%	10,36	1,65%	-17,24%	3,74	140,23%	9,37%
	Trentino-AD-F	48,53	2,90%	-1,16%	15,88	2,53%	-5,90%	3,06	114,48%	5,04%
	Blanco	28,06	1,68%	-1,60%	9,16	1,46%	-5,43%	3,06	114,76%	4,04%
	Tinto y rosado	20,47	1,22%	-0,55%	6,72	1,07%	-6,54%	3,05	114,09%	6,41%
	Piamonte	34,02	2,03%	-0,25%	4,18	0,67%	-9,88%	8,14	304,66%	10,69%
	Tinto y rosado									
	Resto Italia	500,42	29,89%	3,08%	220,72	35,21%	-0,35%	2,27	84,89%	3,44%
España	Rioja	68,56	4,10%	-4,23%	19,44	3,10%	-3,43%	3,53	132,09%	-0,82%
	Blanco	1,77	0,11%	9,46%	0,65	0,10%	16,60%	2,73	102,22%	-6,12%
	Tinto y rosado	66,79	3,99%	-4,54%	18,79	3,00%	-4,01%	3,56	133,12%	-0,56%
	Penedés	2,52	0,15%	-8,11%	0,59	0,09%	-13,35%	4,25	159,14%	6,04%
	Blanco	0,70	0,04%	-7,02%	0,21	0,03%	-12,82%	3,38	126,55%	6,66%
	Tinto y rosado	1,83	0,11%	-8,52%	0,39	0,06%	-13,62%	4,71	176,52%	5,90%
	Navarra Tinto y rosado	4,40	0,26%	-35,68%	1,96	0,31%	-27,13%	2,24	83,98%	-11,74%
	Valdepeñas	5,12	0,31%	-14,43%	2,48	0,39%	-8,87%	2,07	77,52%	-6,10%
	Tinto y rosado									
	Resto España	135,52	8,09%	-6,95%	86,44	13,79%	-0,19%	1,57	58,71%	-6,77%
Argentina		12,87	0,77%	-2,60%	3,21	0,51%	-4,18%	4,01	150,04%	1,65%
Australia		27,69	1,65%	-15,85%	9,43	1,50%	-5,51%	2,93	109,88%	-10,94%
Chile		36,21	2,16%	-8,93%	11,31	1,80%	-11,76%	3,20	119,90%	3,20%
EEUU		67,50	4,03%	-7,98%	23,35	3,72%	-2,67%	2,89	108,26%	-5,45%
Nueva Zelanda		10,45	0,62%	15,18%	1,97	0,31%	18,67%	5,31	198,96%	-2,94%
Portugal		39,42	2,35%	6,13%	13,59	2,17%	5,38%	2,90	108,63%	0,71%
Sudáfrica		50,13	2,99%	0,01%	19,86	3,17%	-1,15%	2,52	94,51%	1,18%
Resto envasados		91,07	5,44%	-2,91%	38,86	6,20%	-3,63%	2,34	87,75%	0,75%
Total		1674,16	100,00%	-3,06%	626,89	100,00%	-2,60%	2,67	100,00%	-0,47%

ANEXO 3. Importaciones de Estados Unidos en 2016

		Millones de euros			Millones de litros			Euros/litro		
		2016	cuota 2016	var 15-16	2016	cuota 2016	var 15-16	2016	cuota 2016	Var 15-16
Francia	Burdeos	194,04	5,56%	-3,81%	18,60	2,51%	4,70%	10,43	221,37%	-8,12%
	Blanco	21,25	0,61%	14,60%	2,99	0,40%	10,86%	7,11	150,96%	3,37%
	Tinto y rosado	172,79	4,95%	-5,67%	15,61	2,11%	3,60%	11,07	234,84%	-8,94%
	Borgoña	178,78	5,12%	3,12%	11,21	1,51%	1,51%	15,96	338,58%	1,59%
	Blanco	99,29	2,84%	4,55%	7,90	1,07%	1,75%	12,58	266,86%	2,76%
	Tinto y rosado	79,49	2,28%	1,38%	3,31	0,45%	0,94%	24,02	509,66%	0,44%
	Valle del Loira	68,09	1,95%	8,44%	9,23	1,25%	7,24%	7,38	156,51%	1,12%
	Blanco	55,48	1,59%	6,01%	7,31	0,99%	3,60%	7,59	161,07%	2,33%
	Tinto y rosado	12,61	0,36%	20,60%	1,92	0,26%	23,77%	6,56	139,18%	-2,56%
	Languedoc-R Tinto y rosado	28,03	0,80%	50,39%	4,50	0,61%	37,99%	6,23	132,25%	8,98%
	Beaujolais Tinto y rosado	24,51	0,70%	7,94%	4,61	0,62%	3,26%	5,32	112,84%	4,54%
Resto Francia		323,19	9,26%	14,44%	70,22	9,48%	29,31%	4,60	97,67%	-11,50%
Italia	Toscana	188,81	5,41%	-4,66%	29,16	3,94%	-3,95%	6,47	137,38%	-0,73%
	Blanco	5,82	0,17%	-3,03%	0,64	0,09%	-26,49%	9,06	192,23%	31,91%
	Tinto y rosado	182,99	5,24%	-4,71%	28,52	3,85%	-3,29%	6,42	136,14%	-1,47%
	Veneto	34,80	1,00%	-7,63%	6,59	0,89%	-26,17%	5,28	112,09%	25,11%
	Blanco	9,75	0,28%	-30,49%	2,80	0,38%	-43,20%	3,48	73,92%	22,39%
	Tinto y rosado	25,05	0,72%	5,93%	3,79	0,51%	-5,13%	6,61	140,31%	11,67%
	Trentino-AD-F	104,42	2,99%	118,90%	22,85	3,08%	131,63%	4,57	96,98%	-5,49%
	Blanco	100,51	2,88%	131,86%	21,79	2,94%	150,58%	4,61	97,90%	-7,47%
	Tinto y rosado	3,91	0,11%	-10,17%	1,06	0,14%	-9,30%	3,69	78,23%	-0,96%
	Piamonte Tinto y rosado	66,25	1,90%	1,26%	6,45	0,87%	-3,08%	10,28	218,11%	4,48%
Resto Italia		664,69	19,04%	-6,37%	184,50	24,91%	-8,00%	3,60	76,45%	1,77%
España	Rioja	73,24	2,10%	5,30%	11,58	1,56%	0,45%	6,33	134,23%	4,84%
	Blanco	2,19	0,06%	15,03%	0,43	0,06%	8,07%	5,08	107,86%	6,43%
	Tinto y rosado	71,05	2,04%	5,03%	11,15	1,50%	0,17%	6,37	135,24%	4,85%
	Penedés	1,54	0,04%	5,22%	1,37	0,18%	-8,61%	1,12	23,80%	15,14%
	Blanco	0,67	0,02%	-3,11%	0,13	0,02%	-6,43%	5,30	112,54%	3,55%
	Tinto y rosado	0,86	0,02%	12,80%	1,24	0,17%	-8,83%	0,69	14,73%	23,73%
	Navarra Tinto y rosado	1,99	0,06%	-15,76%	0,57	0,08%	-9,74%	3,51	74,46%	-6,67%
	Valdepeñas Tinto y rosado	1,39	0,04%	21,35%	0,52	0,07%	0,48%	2,66	56,46%	20,77%
	Resto España	141,32	4,05%	6,13%	35,00	4,72%	8,97%	4,04	85,69%	-2,61%
Alemania		90,22	2,58%	-0,72%	19,78	2,67%	0,17%	4,56	96,81%	-0,89%
Argentina		276,14	7,91%	-1,19%	60,78	8,21%	-4,12%	4,54	96,41%	3,06%
Australia		319,57	9,15%	-7,43%	101,86	13,75%	-6,22%	3,14	66,58%	-1,28%
Chile		204,45	5,86%	-5,65%	57,77	7,80%	-6,59%	3,54	75,10%	1,01%
Nueva Zelanda		293,30	8,40%	9,61%	42,52	5,74%	12,68%	6,90	146,38%	-2,73%
Portugal		81,07	2,32%	-2,06%	17,19	2,32%	3,45%	4,72	100,07%	-5,33%
Sudáfrica		39,64	1,14%	-10,51%	8,85	1,19%	-7,11%	4,48	95,04%	-3,66%
Resto envasados		91,26	2,61%	6,91%	15,07	2,03%	2,60%	6,06	128,54%	4,20%
Total		3490,75	100,00%	1,47%	740,76	100,00%	0,89%	4,71	100,00%	0,57%

ANEXO 4. Importaciones de Suiza en 2016

		Millones de euros			Millones de litros			Euros/litro		
		2016	cuota 2016	var 15-16	2016	cuota 2016	var 15-16	2016	cuota 2016	Var 15-16
Francia	Burdeos	74,33	10,31%	-19,12%	3,81	3,63%	-8,47%	19,50	284,24%	-11,63%
	Blanco	5,79	0,80%	-1,54%	0,46	0,44%	-15,89%	12,63	184,02%	17,07%
	Tinto y rosado	68,54	9,51%	-20,32%	3,35	3,19%	-7,36%	20,44	297,93%	-14,00%
	Borgoña	34,38	4,77%	3,35%	1,11	1,06%	12,18%	30,93	450,87%	-7,86%
	Blanco	12,82	1,78%	16,06%	0,62	0,59%	26,90%	20,58	299,95%	-8,54%
	Tinto y rosado	21,56	2,99%	-2,97%	0,49	0,46%	-2,29%	44,14	643,42%	-0,69%
	Valle del Loira	5,49	0,76%	4,01%	0,53	0,51%	2,47%	10,28	149,79%	1,50%
	Blanco	5,00	0,69%	3,90%	0,47	0,45%	-0,24%	10,64	155,14%	4,15%
	Tinto y rosado	0,49	0,07%	5,10%	0,06	0,06%	27,78%	7,59	110,69%	-17,75%
	Languedoc-R Tinto y rosado	8,48	1,18%	-3,03%	1,27	1,21%	-13,15%	6,67	97,20%	11,65%
	Beaujolais Tinto y rosado	0,84	0,12%	-5,49%	0,13	0,12%	-28,44%	6,62	96,47%	32,06%
	Resto Francia	62,27	8,64%	3,15%	11,54	10,98%	-7,57%	5,40	78,64%	11,59%
Italia	Toscana	29,91	4,15%	-10,70%	3,19	3,04%	-19,27%	9,37	136,51%	10,62%
	Blanco	1,45	0,20%	42,98%	0,14	0,13%	11,31%	10,57	154,03%	28,46%
	Tinto y rosado	28,46	3,95%	-12,37%	3,06	2,91%	-20,25%	9,31	135,73%	9,89%
	Veneto	42,62	5,91%	2,27%	6,53	6,21%	3,36%	6,53	95,11%	-1,05%
	Blanco	2,46	0,34%	-5,93%	0,85	0,81%	7,62%	2,90	42,25%	-12,59%
	Tinto y rosado	40,16	5,57%	2,82%	5,68	5,41%	2,75%	7,07	103,00%	0,07%
	Trentino-AD-F	4,33	0,60%	-15,63%	0,57	0,54%	-17,77%	7,57	110,37%	2,60%
	Blanco	3,11	0,43%	-14,70%	0,45	0,43%	-15,77%	6,95	101,23%	1,27%
	Tinto y rosado	1,22	0,17%	-17,91%	0,12	0,12%	-24,24%	9,83	143,21%	8,35%
	Piamonte Tinto y rosado	14,83	2,06%	-5,92%	1,40	1,33%	-8,04%	10,62	154,87%	2,30%
	Resto Italia	164,01	22,75%	10,51%	30,75	29,26%	12,06%	5,33	77,76%	-1,38%
España	Rioja	47,40	6,57%	33,07%	6,06	5,76%	-1,31%	7,82	114,04%	34,83%
	Blanco	0,49	0,07%	-5,49%	0,12	0,11%	14,78%	4,09	59,66%	-17,66%
	Tinto y rosado	46,91	6,51%	33,63%	5,94	5,65%	-1,59%	7,90	115,13%	35,79%
	Penedés	0,58	0,08%	10,78%	0,45	0,43%	-16,97%	1,31	19,05%	33,42%
	Blanco	0,14	0,02%	8,40%	0,02	0,02%	0,62%	5,83	85,05%	7,73%
	Tinto y rosado	0,44	0,06%	11,57%	0,42	0,40%	-17,80%	1,04	15,23%	35,73%
	Navarra Tinto y rosado	0,86	0,12%	-25,49%	0,18	0,17%	-20,52%	4,73	68,94%	-6,25%
	Valdepeñas Tinto y rosado	2,29	0,32%	17,07%	0,90	0,85%	15,90%	2,55	37,13%	1,00%
	Resto España	62,86	8,72%	7,37%	10,82	10,30%	0,90%	5,81	84,65%	6,42%
Alemania		34,02	4,72%	12,40%	4,58	4,35%	18,28%	7,43	108,37%	-4,97%
Argentina		14,73	2,04%	-11,20%	3,03	2,89%	-8,50%	4,86	70,79%	-2,95%
Australia		6,67	0,93%	-14,38%	1,13	1,07%	-9,62%	5,91	86,16%	-5,26%
Chile		10,88	1,51%	6,30%	2,31	2,20%	7,93%	4,71	68,60%	-1,51%
EEUU		23,25	3,23%	14,41%	2,72	2,59%	7,30%	8,54	124,52%	6,63%
Nueva Zelanda		1,18	0,16%	-8,20%	0,17	0,16%	-25,92%	7,07	103,02%	23,92%
Portugal		28,87	4,00%	5,12%	7,22	6,87%	3,21%	4,00	58,26%	1,85%
Sudáfrica		5,80	0,80%	1,70%	1,05	1,00%	-3,08%	5,50	80,16%	4,93%
Resto envasados		40,09	5,56%	20,23%	3,63	3,45%	-1,42%	11,05	161,01%	21,96%
Total		720,99	100,00%	3,63%	105,09	100,00%	1,79%	6,86	100,00%	1,81%